

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

JULIA MOMM DA COSTA

**CAPTAÇÃO DE RECURSOS EM ORGANIZAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS: UM
PLANO DE CAPTAÇÃO PARA O PROJETO “CASA DOS GIRASSÓIS”**

FLORIANÓPOLIS

2006

JULIA MOMM DA COSTA

**CAPTAÇÃO DE RECURSOS EM ORGANIZAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS: UM
PLANO DE CAPTAÇÃO PARA O PROJETO “CASA DOS GIRASSÓIS”**

Trabalho de Conclusão de Estágio apresentado à disciplina Estágio Supervisionado – CAD 5236, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração da Universidade Federal de Santa Catarina, área de concentração em Administração Geral.

Professor Orientador: Marcos Baptista Lopez Dalmau

FLORIANÓPOLIS

2006

JULIA MOMM DA COSTA

**CAPTAÇÃO DE RECURSOS EM ORGANIZAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS: UM
PLANO DE CAPTAÇÃO PARA O PROJETO "CASA DOS GIRASSÓIS"**

Este trabalho foi julgado adequado e aprovado em sua forma final em 11 de agosto de 2006 com nota _____.



Marcos Baptista López Dalmáu

Professor Orientador



Pedro Moreira Filho

Professor Membro da Banca Examinadora

Dedico este trabalho ao Grupo Girassol, todos os seus trabalhadores, crianças e mães, pelo crescimento, aprendizado, pela amizade e amor sempre presentes. E principalmente por proporcionarem um sentido maior a esta existência.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente aos meus pais, Izabel e Acelon por tudo que sou, pelo amor e apoio incondicionais e por acreditarem em mim e no meu trabalho.

Ao meu irmão, Pedro, pela compreensão e disposição.

À minha avó Inita pela atenção e por ser presença constante em minha vida.

Ao meu namorado, Leandro, pelo seu amor e carinho, e por que fazer desta uma etapa mais feliz e iluminada.

Agradeço aos meus amigos, Ana, Gabriel e Mariana, pela companhia, pelos momentos de estudo e descontração, pela preciosa amizade encontrada.

Aos amigos especiais que fiz durante o curso, Mariana e Gabriel, que não puderam terminar este momento junto comigo, mas que jamais deixaram de estar presentes.

Ao meu grande amigo, Ricardo, que o curso de Administração colocou em minha vida, meu companheiro de trabalhos, de conversas, que sincero e amigo sempre me apoio, fazendo-me sentir que não estava sozinha.

Ao meu orientador, Marcos Dalmau, pela paciência, empenho e interesse dedicados a meu trabalho e pela coragem incentivada.

Aos meus parentes e amigos, que de alguma forma estiveram presentes nesta fase de minha vida, agradeço a todos.

*"Parece-me que o prêmio mais alto possível
para qualquer trabalho humano
não é o que se recebe por ele,
mas o que se torna através dele."*

Brock Bell

*"Ainda que seus passos pareçam inúteis;
vá abrindo caminhos como a água que desce
cantando da montanha.
Outros te seguirão..."*

Antoine de Saint-Exupéry

RESUMO

COSTA, Julia M. Captação de Recursos em Organizações Sem Fins Lucrativos: um plano de captação para o Projeto “Casa dos Girassóis”. 2006. (122 f). Trabalho de Conclusão de Estágio (Graduação em Administração). Curso de Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

O terceiro setor, voltado ao atendimento da sociedade, com intuito de desenvolvê-la socialmente, politicamente e economicamente. O presente trabalho aborda este setor, tendo como objetivo principal desenvolver um plano de captação de recursos para a organização sem fins lucrativos Projeto “Casa dos Girassóis”. Para atingir o objetivo proposto neste estudo os procedimentos metodológicos utilizados foram designados para fins como pesquisa exploratória, descritiva e aplicada, e para meios como bibliográfica, e através de estudo de caso e pesquisa participante. Sua coleta de dados foi realizada por entrevista focalizada, observação participante e análise documental, caracterizando uma pesquisa qualitativa. O trabalho foi concluído através do levantamento das necessidades de recursos humanos, recursos materiais, recursos para a alimentação e para suprir os custos de abastecimento da organização. Com apoio do referencial teórico e das informações coletadas identificaram-se as fontes de captação de recursos, proporcionando desenvolver as bases para o plano de captação de recursos humanos, materiais e financeiros. Pode-se concluir que diversos dados da organização não estavam disponíveis, o que apesar de tornar o estudo mais trabalhoso, possibilitou à acadêmica maior envolvimento com a pesquisa. A organização não possui objetivos de possuir indivíduos como fornecedores, mas sim que estes possam contribuir para a organização realizando trabalho voluntário, sendo que a forma principal de financiamento identificada foi através de empresas localizadas nas proximidades do Projeto, além de futuramente por geração de receitas próprias. Por fim apresentam-se sugestões de estudos para o futuro.

Palavras-chave: terceiro setor, captação de recursos, voluntariado.

Lista de Quadros

Quadro 01: Origem dos recursos de organizações privadas sem fins lucrativos.....	32
Quadro 02: Principais razões para doar.....	34
Quadro 03: Ações para os três primeiros anos – janeiro de 2007 a dezembro de 2009.....	72
Quadro 04: Ações relativas ao primeiro semestre de 2007.....	77
Quadro 05: Responsáveis por cada ação.....	80
Quadro 06: Levantamento das necessidades: recursos humanos.....	81
Quadro 07: Levantamento das necessidades: recursos materiais de uso comum.....	82
Quadro 08: Levantamento das necessidades: recursos materiais para as ações.....	84
Quadro 09: Cardápio para lanches do primeiro semestre de 2007.....	86
Quadro 10: Estimativa da lista de compras semanal e semestral para alimentação.....	87
Quadro 11: Consumo de energia elétrica mensal dos equipamentos.....	89
Quadro 12: Resumo das necessidades identificadas.....	91
Quadro 13: Cronograma preliminar para captação de recursos humanos para o primeiro semestre de 2007.....	101

Lista de Figuras

Figura 01: Processo de relacionamento para a captação de recursos.....	43
Figura 02: Organograma “Casa dos Girassóis”	59
Figura 03: Processo de captação de recursos materiais e financeiros.....	102

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
1.2 Objetivos.....	14
1.2.1 Objetivo geral.....	14
1.2.2 Objetivos específicos.....	15
1.3 Justificativa	15
1.4 Estrutura do Trabalho	16
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
2.1 O Terceiro Setor.....	18
2.1.1 Personagens do terceiro setor.....	22
2.2 O Voluntariado	25
2.3 Captação de Recursos	27
2.3.1 Requisitos internos e externos	31
2.3.2 A motivação.....	35
2.3.3 Os captadores de recursos	38
2.3.4 Fontes de financiamento	40
2.3.5 Banco de dados	45
2.3.6 Documentos de suporte à captação.....	46
3 METODOLOGIA.....	47
3.1 Caracterização da pesquisa	47
3.2 Definição da Área de Estudo	50
3.3 Coleta de Dados.....	51
3.4 Limitações do Estudo	53
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	54
4.1 Caracterização da organização.....	54
4.1.1 Histórico	54
4.1.2 A comunidade	56
4.2 O Projeto “Casa dos Girassóis”	58
4.2.1 Organograma	60
4.3 Estruturando as Ações do Projeto “Casa dos Girassóis”	63

4.3.1 Proposta Metodológica da “Casa dos Girassóis”	64
4.3.2 Categorias das ações.....	66
4.3.3 Elaboração das ações	68
4.3.4 Análise das ações.....	69
4.3.5 Execução/ Desenvolvimento das ações	70
4.3.5.1 Ações iniciais.....	71
4.3.6 Controle e avaliação das ações	75
4.4 Levantamento das Necessidades de Recursos para o Desenvolvimento das Ações Planejadas	76
4.4.1 Recursos humanos	80
4.4.2 Recursos materiais.....	83
4.4.3 Recursos para alimentação.....	87
4.4.4 Custos	89
4.4.5 Resumo do levantamento das necessidades.....	91
4.5 Fontes de Captação.....	92
4.5.1 Indivíduos	93
4.5.2 Empresas.....	94
4.5.3 Geração de renda	95
4.5.4 Órgãos Públicos/ Governo	96
4.5.5 Eventos	96
4.6 Plano de Captação de Recursos.....	97
4.6.1 Recursos humanos	98
4.6.2 Recursos materiais e financeiros	102
 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	 109
5.1 Conclusões e Recomendações.....	109
5.2 Sugestões de Estudos para o Futuro.....	112
 REFERÊNCIAS	 113
 APÊNDICE A.....	 116
 APÊNDICE B.....	 117

APÊNDICE C 118

APÊNDICE D 119

ANEXO A..... 120

ANEXO B..... 121

ANEXO C..... 122

ANEXO D..... 123

1 INTRODUÇÃO

Esta etapa condiz à introdução do trabalho, com o tema e a exposição do problema de pesquisa, passando pelos objetivos geral e específicos do projeto, seguido da justificativa do trabalho, e por fim a sua estrutura de apresentação.

1.1 Contextualização do Tema e Apresentação do Problema

Não diferentemente do que vem acontecendo em todo o mundo, o Brasil começa a abrir mais espaço para as organizações sem fins lucrativos. Os problemas sociais deixam de fazer parte de uma antiga responsabilidade somente cobrada do poder público, e passam a ser compromisso da sociedade, do governo e das empresas privadas.

As empresas passam a encarar a necessidade de cada vez mais assumirem seu papel como agentes sociais no desenvolvimento do país, não somente pela ação social em si, mas principalmente pela vinculação de sua imagem ao conceito de responsabilidade social.

Grande parte das organizações sem fins lucrativos existe para prover a população de serviços básicos, como saúde, educação, profissionalização e lazer. Outras organizações, além de propiciarem serviços aos necessitados, têm como maior objetivo promover a cidadania, o crescimento pessoal, ou a luta por direitos dos cidadãos.

Para que as organizações do terceiro setor tenham condições de lutar por uma causa, quase que sem exceção têm que contar com o apoio de setores da

O quarto capítulo trata do desenvolvimento do trabalho, com a apresentação e a análise dos dados obtidos junto à organização objeto de estudo, Projeto Casa do Girassóis.

No quinto capítulo apresentadas as conclusões da autora relativas à pesquisa realizada, relacionando os objetivos do trabalho e ao problema de pesquisa com o que pode ser identificado com o estudo.

Por fim têm-se as referências utilizadas para o desenvolvimento do trabalho, bem como os apêndices e anexos relativos às informações adicionais da pesquisa realizada.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O objetivo do referencial teórico é apresentar os estudos sobre o tema já realizado por outros autores, realizando uma revisão da literatura existente e possibilitando tomar conhecimento do que existe sobre o assunto, e oferecendo uma contextualização e consistência à investigação. (VERGARA, 2004).

2.1 O Terceiro Setor

O terceiro setor é constituído por organizações privadas, sem fins lucrativos, que se voltam a atender as demandas coletivas da sociedade, com vistas ao seu desenvolvimento social, político e econômico. (PRATA, 2003).

“São organizações públicas privadas, porque estão voltadas não à distribuição de lucros para acionistas ou diretores, mas para a realização de interesses públicos; entretanto, estão desvinculadas do aparato estatal”, (PEREZ E JUNQUEIRA, 2002: p.104).

Argumenta Salamon, 1998, apud Prata, 2003 que os fatores que contribuíram para o desenvolvimento do terceiro setor foram: a crises do bem-estar social, do desenvolvimento, do ambiente global, da Terceira Revolução Industrial, das comunicações, o colapso do socialismo e o crescimento econômico.

Assim, a sociedade civil se viu no papel de procurar atender a este setor, pois por ser de pequena escala, possuir maior flexibilidade e capacidade de canalizar a participação popular, as organizações sem fins lucrativos estão melhor capacitadas

para atender a este espaço. A organização sem fins lucrativos existe para provocar mudanças nos indivíduos e na sociedade como um todo. (DRUCKER, 2002).

Kanitz (2006) diferencia o primeiro setor sendo relativo ao governo, que é responsável pelas questões sociais. O segundo setor é o privado, responsável pelas questões individuais. Com a falência do Estado, o setor privado começou a ajudar nas questões sociais, através das inúmeras instituições que compõem o chamado terceiro setor. Ou seja, o terceiro setor é constituído por organizações sem fins lucrativos e não-governamentais, que têm como objetivo gerar serviços de caráter público.

De acordo com uma pesquisa realizada por Kanitz & Lorenzi (2006), administradores e criadores do site Filantropia, o terceiro setor possui 12 (doze) milhões de pessoas, entre gestores, voluntários, doadores e beneficiados por entidades beneficentes, além dos 45 (quarenta e cinco) milhões de jovens que vêem como sua missão colaborar com o mesmo.

A pesquisa ainda revela alguns números das 400 maiores entidades do Brasil no ano de 2000. O dispêndio social destas entidades foi de R\$1.971.000,00. Ao todo, elas possuem 86.894 funcionários e 400.933 voluntários.

Podem ser apontadas oito distinções principais entre organizações do terceiro setor e outros tipos de organização que são relevantes para refletir sobre o tipo de capacitação que estas entidades requerem, pois são encontradas diferenças na realidade entre as mesmas. Assim necessita-se de conhecimentos, habilidades, e atitudes e valores diferenciados para gerir as organizações do terceiro setor. (O'NEILL, 1998 apud FALCONER, 2000). A seguir, características relativas às organizações sem fins lucrativos determinadas pelo autor:

a) Propósito/ missão

O lucro não tem o sentido de “ganhar dinheiro” para as organizações sem fins lucrativos, mas sim tem o propósito de prover algum bem ou serviço; enquanto para as empresas privadas, a provisão de produtos ou serviços tem por objetivo a geração de lucros financeiros.

b) Valores

Todas as organizações têm valores próprios, mas em nenhum setor os valores são tão centrais ao propósito quanto no terceiro setor, visto que sua base está fundamentada essencialmente em valores e ao lado social.

c) Aquisição de recursos

Empresas normalmente obtêm recursos através da venda de produtos e serviços; órgãos governamentais obtêm a maior parcela de seus recursos através de impostos. Organizações do terceiro setor recebem dinheiro das mais variadas fontes: vendas de serviços, doações de indivíduos e das fundações, empresas e do governo, resultados de investimentos patrimoniais. A aquisição de recursos no terceiro setor é, portanto, uma tarefa altamente complexa e demandante de uma variedade de técnicas e conhecimento.

d) Resultado

No terceiro setor não há a mesma clareza existente no mercado quanto ao que representa um bom resultado e quais são os melhores indicadores de eficiência e eficácia, muitas vezes os resultados são mais qualitativos do que quantitativos, e assim, mais difíceis de serem medidos.

e) Ambiente legal

A legislação que incide sobre o terceiro setor difere significativamente das leis dos outros setores, particularmente no que diz respeito à aplicação dos recursos e à tributação. O terceiro setor possui tributação diferenciada devido a sua parcela de contribuição à sociedade, dever este, antes primordial do Estado.

f) Perfil do trabalhador

No terceiro setor, uma parcela do trabalho é realizada por voluntários não-remunerados, e dependendo da organização a remuneração para alguns funcionários não corresponde à mesma aplicada ao segundo setor. O tipo de atividade realizada, o nível de qualificação dos trabalhadores e a forma de remuneração diferem no terceiro setor da realidade do mercado em geral e do Estado.

g) Governança

A estrutura de poder e tomada de decisão no terceiro setor atribui um papel importante ao conselho da entidade, formado por voluntários que não devem se beneficiar dos resultados da organização. A relação entre o conselho e o corpo profissional tende a ser mais próxima do que ocorre no Estado e no setor privado.

h) Complexidade organizacional

Uma organização do terceiro setor é tipicamente mais complexa do que uma organização empresarial, no tipo e variedade de serviços prestados, na relação com múltiplos públicos, na dependência de fontes variadas de recursos e outras dimensões.

Após a definição das características relativas ao terceiro setor cabe apresentar os personagens que atuam no mesmo.

2.1.1 Personagens do terceiro setor

As principais organizações, relacionadas através da pesquisa realizada por Kanitz & Lorenzi (2006), que podem ser consideradas personagens do terceiro setor, são: Fundações, Entidades Benéficas, Fundos Comunitários, Entidades Sem Fins Lucrativos, Organizações Não-Governamentais (ONG's), Empresas com Responsabilidade Social, Empresas Doadoras, Elite Filantrópica e Pessoas Físicas. (KANITZ & LORENZI, 2006).

a) Fundações

São as instituições que financiam o terceiro setor, fazendo doações às entidades benéficas. Tem como objetivo acumular fundos nos anos bons para poder usá-los nos anos ruins. No Brasil, existem também as fundações mistas que doam para terceiros e ao mesmo tempo executam projetos próprios. Porém no país ainda são poucas as fundações, e a maioria desenvolve uma fraca atuação na área social.

b) Entidades Benéficas

São as operadoras de fato, que cuidam dos carentes, idosos, crianças de rua, drogados, órfãos e desamparados; colaboram na preservação do meio ambiente; educam; profissionalizam; realizam doações; funcionam como creche; incentivam os

esportes; combatem a violência; promovem os direitos humanos e a cidadania; enfim, fazem tudo.

A pesquisa mostra que os números publicados de Entidades Beneficentes no Brasil que chegam a 220 mil, incluindo escolas, associações de bairro e clubes sociais.

c) Fundos Comunitários

Neste caso, cada empresa, em vez de doar para uma entidade, doa para um Fundo Comunitário, onde os empresários avaliam, estabelecem prioridades, e administram efetivamente a distribuição do dinheiro. No Brasil existem poucos fundos existentes, com resultados comprovados.

d) Entidades Sem Fins Lucrativos

Muitas das entidades fins lucrativos são, na realidade, lucrativas ou atendem os interesses dos próprios usuários. Um clube esportivo, por exemplo, é sem fins lucrativos, mas beneficia somente os seus respectivos sócios. Muitas escolas, universidades e hospitais eram no passado, sem fins lucrativos, somente no nome. Em decorrência disto os números chegam a 220.000 no Brasil.

O importante é diferenciar uma associação de bairro ou um clube que ajuda os próprios associados de uma entidade beneficente, que ajuda os carentes do bairro.

e) ONGs - Organizações Não-Governamentais

Nem toda entidade beneficente ajuda prestando serviços a pessoas diretamente. Uma ONG que defenda os direitos da mulher, fazendo pressão sobre deputados, ajuda indiretamente todas as mulheres.

f) Empresas com Responsabilidade Social

A Responsabilidade Social é, na verdade, sempre do indivíduo, nunca de uma empresa jurídica, nem do Estado. Se assim fosse, as pessoas repassariam as suas responsabilidades às empresas e ao governo, ao invés de assumirem para si. Mas, algumas empresas vão além da sua verdadeira responsabilidade principal, fazendo produtos seguros, acessíveis, produzidos sem danos ambientais, além de estimular seus funcionários a serem mais responsáveis socialmente.

g) Empresas Doadoras

A pesquisa revela ainda que das 500 (quinhentas) maiores empresas brasileiras, somente 100 (cem) são consideradas parceiras do terceiro setor. E que das 250 (duzentas e cinquenta) empresas multinacionais que têm negócios no Brasil, somente 20 (vinte) o são. Sendo que a maioria das empresas consideradas parceiras são pequenas e médias, sendo relativamente desconhecidas pela população.

h) Elite Filantrópica

A maioria dos doadores pessoas físicas são da classe média. Esta tendência continua na classe mais pobre. Quanto mais pobre, maior a porcentagem da renda doada como solidariedade.

i) Pessoas Físicas

No mundo inteiro, as empresas contribuem somente com 10% do total da verba filantrópica, enquanto as pessoas físicas, notadamente da classe média, doam os 90% restantes. No Brasil, a classe média doa, em média, R\$23,00 por ano, o que forma menos de 28% do total das doações. As fundações doam 40%, o governo repassa 26% e os outros 6% vêm de bingos beneficentes, leilões e eventos.

2.2 O Voluntariado

O texto “O Voluntariado” (2005) desenvolvido pela Rits - Rede de Informações para o Terceiro Setor - mostra uma nova visão da realidade do trabalho voluntário e de sua importância para a comunidade como um todo: os voluntários e os que são favorecidos com o trabalho.

Voluntário “é a pessoa que doa o seu trabalho, suas potencialidades e talentos em uma função que a desafia e gratifica em prol da realização de uma ação de natureza social” (DOHME, 2001, p.17).

O voluntariado parte do princípio da união da solidariedade com a cidadania, não substituindo o Estado, nem entrando em confronto com o trabalho remunerado, define a capacidade da sociedade de assumir responsabilidades e de agir por si mesma. Porém voluntariado não é só trabalho assistencial de apoio à população mais desestruturada, mas uma atividade que inclui diversas iniciativas de cidadãos em áreas como educação, saúde, cultura, direitos, meio ambiente, esporte e lazer. (RITS, 2005).

Porém Drucker (2002) enfatiza uma idéia importante em se tratando de terceiro setor, lembrando que a instituição sem fins lucrativos não está meramente prestando um serviço, ela não quer que o usuário final seja um usuário, mas sim um executor, um voluntário, provocar esta mudança no ser humano é um foco oportunizador.

O texto de Rits, (2005) indica que o trabalho voluntário é uma via de mão dupla: não existindo somente a generosidade e doação, mas também abertura para novas experiências, oportunidade de aprendizado, sentimento de utilidade, criação de novos vínculos de pertencimento, afirmando o sentido comunitário de quem participa.

Uma organização com fins sociais se beneficiará com o trabalho de voluntários, não somente pela não-remuneração, mas possuirá indivíduos que exercerão trabalho com total adesão aos fins propostos, desenvolvendo algo que gosta e que escolheu, realizando a atividade a que se propõe com sentimento de caridade, amor ao próximo e sentimento comunitário. (DOHME, 2001).

O novo voluntariado ainda é uma realidade pouco visível e valorizada, é preciso conhecer a riqueza e diversidade das experiências existentes, além de criar condições para utilizar o potencial de solidariedade existente na sociedade. (RITS, 2005)

Analisando esta categoria de trabalho, Rits (2005) analisa a existência de Centro de voluntários, que tem por missão básica envolver voluntários, mobilizando pessoas e recursos para encontrar soluções criativas para problemas comunitários, transformando necessidades sociais em oportunidades de ação voluntária. Estes centros se definem pelas ações de promoção e fortalecimento do trabalho que

realizam, sendo tão diversas quanto às necessidades a que desejam sanar e a criatividade de quem as organizam.

O objetivo mais amplo de um centro comunitário é contribuir para que haja sempre mais e melhor trabalho voluntário em atuação. Também capacita voluntários e instituições, identificando e divulgando experiências de trabalhos voluntários e incentivando a desenvolverem estas ações por iniciativa própria. Assim articula a oferta e a demanda de trabalho voluntário, oferecendo oportunidades de ação voluntária, e estabelecendo um elo entre quem quer ajudar e quem precisa de ajuda. (RITS, 2005).

2.3 Captação de Recursos

A captação de recursos no Brasil é ainda uma atividade vista como um grande obstáculo para a realização dos objetivos geral do Terceiro Setor. Mas ela observa a captação de recursos baseada nas ferramentas de marketing, o que exige do gestor muito profissionalismo. Isto significa que é preciso organização, responsabilidade, otimismo, seriedade e foco. Não há um manual pronto, pois quem dita as regras é o mercado. (DEARO, 2006).

Apesar da não existência de regras, Dearo (2006) expõe dicas, baseadas em seus estudos e experiências, de dúvidas mais comuns que percebe na captação de recursos para no terceiro setor:

1. Definir o que é captação de recursos e para quê será realizada: Captar recursos é uma atividade de marketing, que engloba ferramentas e estratégias para atendermos necessidades e desejos do consumidor. Os consumidores deste tipo de

setor são: a causa que defendem e os possíveis patrocinadores. A definição da causa é essencial para identificar os potenciais patrocinadores da organização.

2. Quem dita as regras é o mercado. É necessária a realização de pesquisas, visitas. Informar-se sobre os possíveis patrocinadores, entendendo como as empresas funcionam, acompanhando leis, estando atualizado constantemente.

3. Criar e disseminar a credibilidade: Manter o balanço e o relatório de auditoria em dia colocar à disposição dos parceiros. Divulgando depoimentos dos seus atuais investidores, ou de quem já investiu na organização. A criação de um site na internet com estas informações, atividades desenvolvidas, a equipe, e o histórico da organização são valiosas propagandas.

4. Colocar-se no lugar do patrocinador e observar: “Por que eu investiria nessa ONG ou nesse projeto?”. Criando as razões para si próprio. Assim explicitá-las ao parceiro se torna mais claro. Comunicação é a base do processo de captação de recursos. Se não for questionado, não vai conhecer o que o parceiro espera da organização.

5. Planejar. Saiba aonde a organização quer chegar, e o quanto precisa captar para isto. Para quem não sabe aonde quer chegar, qualquer caminho serve. O planejamento é essencial que seja uma atividade em grupo. O captador de recursos não deve escrever um projeto sozinho. Ele torna o projeto esteticamente atraente, cria vantagens para o patrocinador e incrementa a argumentação.

6. Respeitar as etapas do processo de captação de recursos:

- **Estudo:** é o momento em que você estuda o projeto ou a organização que irá apresentar para estar seguro na hora de fazer a apresentação.
- **Prospecção:** é a pesquisa que você vai fazer sobre os potenciais patrocinadores e parceiros, respeitando três critérios básicos: a semelhança com a causa que sua

organização defende, a disponibilidade de recursos do patrocinador e os objetivos do patrocinador (procurando conhecê-lo e estudá-lo em seus diversos aspectos anteriormente).

- **Diagnóstico:** é a lista de possíveis patrocinadores, com todas as informações sobre os mesmos, desde a razão social, até suas últimas atividades no mercado. **Contato com o mercado:** é o momento de entrar em contato com o possível patrocinador, começando preferencialmente pelo departamento de marketing. O agendamento de um encontro é o mais recomendado, mas deve-se estar preparado para somente enviar um fax sobre o assunto.
- **Negociação:** É um período variável de caso para caso. Isso depende de vários fatores: fechamento de orçamento das empresas – cada uma tem seu período; burocracia interna; mudanças de diretoria, e assim por diante. No caso de recursos públicos, os editais já ditam essas regras, mas há fundos que estão disponíveis o ano todo. Neste momento deve-se apresentar os benefícios e as vantagens que o patrocinador terá se investir na organização, gerando sempre muita credibilidade e segurança.
- **Fechamento do negócio:** Negociar um projeto social é uma negociação como outra qualquer e deve manter sua postura profissional. Um contrato de parceria e/ou patrocínio deve ser assinado por ambas as partes. O papel historifica o que foi dito e garante direitos e deveres.
- **Acompanhamento:** O Captador de recursos não termina sua tarefa quando consegue um recurso, ele deve acompanhar o investimento e aplicação do mesmo e garantir sua boa utilização para os fins para os quais foram solicitados. Nesta fase a prestação de contas e a fidelização do investidor devem ser contínuas.

- **Finalização e Avaliação de Resultados:** Quando termina o projeto, é preciso avaliar se as metas propostas foram atingidas. O sucesso de um projeto é argumento forte o bastante para que o mesmo seja refinanciado, e assim recomeça todo o processo, o estudo sobre o novo projeto, etc.

7. Paciência. Captação de recursos é atividade de médio prazo a longo prazo.

8. Otimismo. Mesmo com todos os processos respeitados, a organização vai obter muitas respostas negativas. O que não significa que deva fechar a porta, mas *manter esse potencial investidor informado sobre as atividades, enviando um boletim informativo e conquistando a confiança e interesse.* Muitas empresas, apesar da “moda” da responsabilidade social, não sabem lidar com o Terceiro Setor. Simplesmente pelo fato de não conhecer esse mercado. Então é essencial que a organização se faça conhecida.

9. Flexibilidade. Um projeto ou uma idéia nunca devem ser apresentados “prontos”. Isso dá idéia de estar “engessada”, sem possibilidade de mudar. É indicado apresentar um pré-projeto e não o projeto todo. O patrocinador sempre quer participar do projeto e isto é direito dele, sem que desvie os objetivos principais e sociais.

10. Valorize a organização. Se o projeto for bom e tiver um bom profissional apresentando-o, rapidamente surgirão resultados e patrocinadores.

O captador de recursos não irá simplesmente partir para a captação de recursos, é preciso que ele respeite algumas regras ou requisitos. Assim passa-se aos requisitos que o captador deve obedecer para captar adequadamente.

2.3.1 Requisitos internos e externos

Cruz & Estraviz (2003) indicam requisitos internos e externos para a captação de recursos. Os requisitos internos são:

a) Missão e causa

“A missão de uma organização sem fins lucrativos é o que esta instituição pretende fazer no âmbito de uma causa. É, sem dúvida, uma das razões que mais motiva pessoas a trabalharem ou contribuírem com ela.” (CRUZ & ESTRIVIZ, 2003, p.19).

Algumas organizações, ao estarem em situações em que necessitam de recursos imediatos, aceitam projetos ou doações determinadas para uma atividade que não têm afinidade com a sua missão organizacional. Obter recursos é importante, mas é essencial uma análise anterior da sua destinação, visualizando se tais recursos irão agregar valor à organização. (MORAES, 2002)

Esta idéia é reforçada por DRUCKER (2002, p.33) ao indicar que “A missão vem em primeiro lugar. As instituições sem fins lucrativos existem por causa da sua missão. Elas existem para fazer uma diferença na sociedade e na vida dos indivíduos. Elas existem por causa de sua missão e isto nunca deve ser esquecido”

Moraes (2002) ainda indica que as iniciativas de uma entidade devem ajudar a construir a história da organização e ao mesmo tempo criar as competências organizacionais que venham a contribuir para a obtenção de novos recursos, sempre de acordo com a execução de ações relativas à natureza e à proposta institucionais.

A causa é mais ampla que a missão, é um ideal ou movimento a que pessoas ou grupos se dedicam, sendo que para muitos é a causa, aliada à missão específica

que leva financiadores e doadores a buscar uma organização sem fins lucrativos. (CRUZ & ESTRAVIZ, 2003)

b) Boa gestão da organização e dos recursos doados

Cruz e Estraviz (2003) argumentam que é necessário que a instituição possua uma contabilidade organizada, com estrutura de custos clara e com projetos concretos de intervenção social. As pessoas e as instituições doadoras querem ver seus recursos bem aplicados, investidos nos projetos os quais financiaram.

c) Envolvimento global da organização com a captação, mas com um responsável por ela

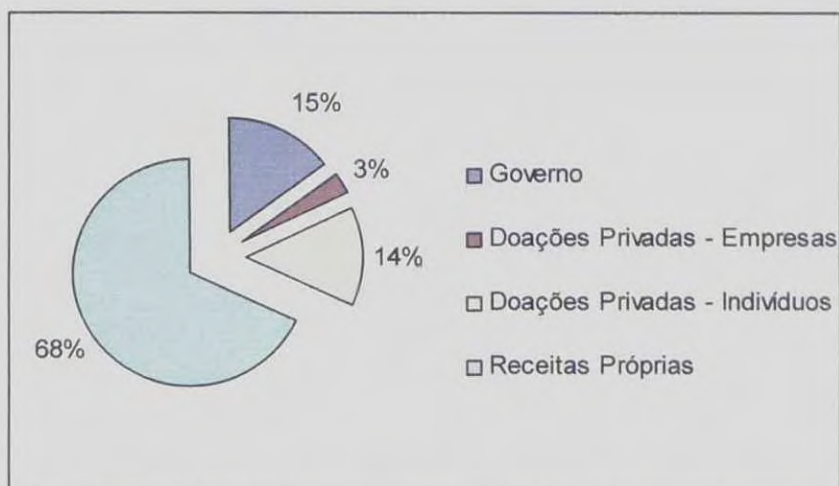
A captação de recursos não é somente função do captador ou do presidente da organização, mas de todos os colaboradores. Todos devem saber da importância dos recursos para a organização, e ser motivados para atingir os objetivos da mesma. Porém é imprescindível que seja realizada a coordenação desta atividade por um profissional dedicado exclusivamente a isto. (CRUZ & ESTRAVIZ, 2003)

d) Sustentabilidade

A sustentabilidade ou a auto-sustentabilidade proporciona a semi-dependência ou a não-dependência de terceiros, onde se gera todo o orçamento necessário para a ação da organização a partir de atividades próprias como, por exemplo, a venda de bens e serviços no mercado, rendimento de patrimônio próprio ou as taxas de associação. (CRUZ & ESTRAVIZ, 2003)

Os autores ainda mostram percentuais das origens de recursos de organizações sem fins lucrativos. No Quadro 01, que mostra a origem dos recursos

advindos de organizações privadas sem fins lucrativos, incluindo as organizações religiosas, pode-se observar que o orçamento advindo de receitas próprias é muito alto (68% do total), estando inclusas organizações que atuam nas áreas da saúde e educação, áreas que normalmente possuem receita elevada relativa a atendimentos médicos ou mensalidades, por exemplo.



Quadro 01 - Origem dos recursos de organizações privadas sem fins lucrativos

Fonte: Pesquisa Comparativa Johns Hopkins – ISER, apud CRUZ & ESTRIVIZ, 2003, p. 21

Isto mostra que a geração de receitas próprias é bastante utilizada como forma de sobrevivência das organizações do terceiro setor, proporcionando menor dependência de serem financiadas por terceiros e mais comprometimento dos que nelas atuam.

Os autores concluem que mesmo havendo grandes diferenças nas origens dos recursos entre os setores, em nenhum se observa uma única fonte de financiamento como exclusiva. Assim, é importante que as organizações busquem a sua sustentabilidade envolvendo diferentes financiadores, garantindo a sua existência, mesmo que uma das fontes de financiamento deixe de contribuir.

Após a explanação dos objetivos internos, passa-se aos externos à organização, abordados por Cruz & Estraviz (2003):

a) Transparência

Cruz e Estraviz (2003) tratam este requisito no que diz respeito à divulgação das informações detalhadas de prestação de contas à comunidade. É preciso gerar um relatório detalhado, com a origem e a aplicação dos recursos e os custos administrativos. Tal relatório trará confiança dos atuais e futuros doadores, pois a organização estará sendo transparente com os envolvidos.

Os recursos originados do governo, de fundações, de empresas ou indivíduos podem fornecer uma isenção fiscal, e por isso devem ser corretamente divulgados.

b) Comunicação com a comunidade

Este requisito consiste em comunicar o que a organização faz bem-feito. "Quando acreditamos que a organização é eficiente, comunicamos às outras pessoas para que invistam nessa instituição e participem desses resultados em prol da comunidade" (CRUZ E ESTRIVIZ, 2003, p. 25). Não basta considerar os apoiadores como seres passivos, apenas como recebedores de informações, mas convocá-los a participar ativamente.

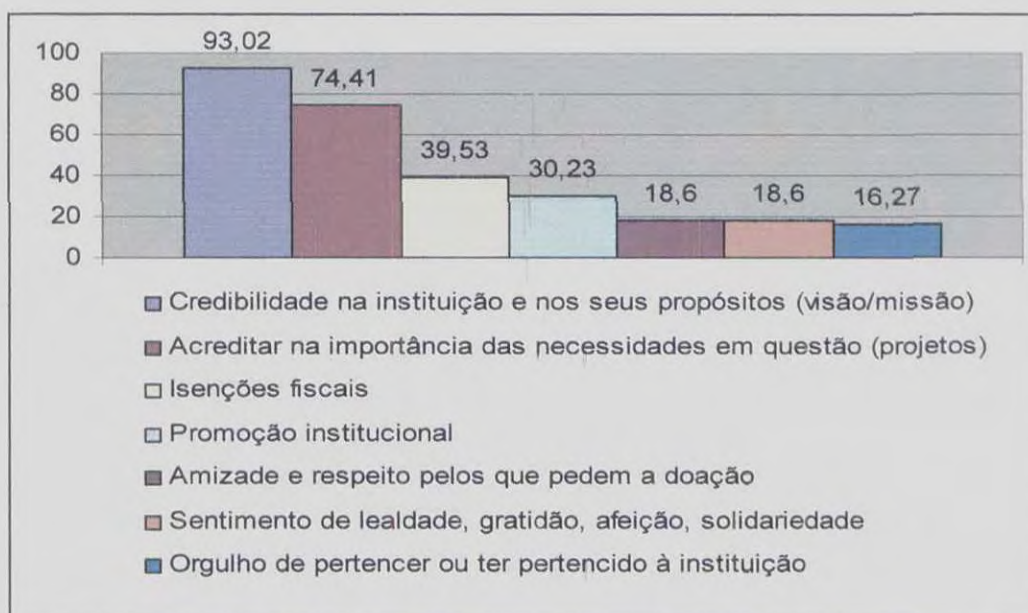
c) Parcerias com compatibilidade de interesses

A compatibilidade se refere à busca de parceiros com interesses e motivações comuns à da sua organização. Deve-se discutir internamente com quais empresas, indivíduos ou fundações é apropriado fazer parcerias. A má escolha de um financiador pode ser entendida como um aceite de uma determinada conduta e afetar a integridade da organização.

2.3.2 A motivação

De acordo com pesquisa realizada com 44 empresários para o Hospital das Clínicas de São Paulo, que questionou os motivos que levam os mesmos a doar, priorizando os três principais, dentre os de uma lista sugerida, obteve-se os resultados representados no Quadro 02, a seguir. (CRUZ & STEUER, 1997 apud CRUZ & ESTRIVIZ, 2003)

Além dos motivos tratados na pesquisa, Cruz e Estraviz (2003) acrescentam outros cinco a serem analisados: Responsabilidade comunitária/orgulho civil/ ganho social; Obrigação; Identidade com a causa; Imortalidade e Reconhecimento Público.



Quadro 02 – Principais razões para doar (%)

Fonte: Pesquisa realizada em 1997 pelos consultores Célia Cruz e René Steuer para a GVConsult da Fundação Getúlio Vargas. **Captação de diferentes recursos para organizações sem fins lucrativos.** CRUZ, Célia Meirelles. ESTRIVIZ, Marcelo, 2003.

a) Credibilidade e projetos

Os dois principais motivos citados: credibilidade na instituição (93,02%) e acreditar na importância das necessidades (74,41%) são sem dúvida de grande

importância para as organizações. A credibilidade somente é criada com anos de trabalho, com resultados obtidos ou com pessoas representantes com grande credibilidade na comunidade.

b) Incentivos fiscais

Em um país como o Brasil, com tantos impostos, os incentivos fiscais podem ser um motivo relevante, porém não é o único, e com certeza não o principal. Eles devem ser uma possibilidade dentro das razões para se doar, mas nunca a única a motivar os doadores. (CRUZ & ESTRAVIZ, 2003).

Existe hoje uma grande pressão do terceiro setor para que o governo crie incentivos fiscais amplos para as doações do setor.

c) Promoção institucional

Muitas empresas realizam doações para causas sociais com o intuito de obter um retorno de imagem. Com as expectativas voltadas aos resultados obtidos ou com os resultados e com uma promoção da logomarca da empresa. É importante criar regras relacionadas ao retorno de imagem às doações. (CRUZ & ESTRAVIZ, 2003).

d) Reconhecimento público

A maioria das pessoas gosta de ser reconhecidas em público, porém devem ser sempre homenageados como doadores.

e) Quem solicita

Amizade e respeito daqueles que solicitam a doação. Assim, é importante que se tenha próximo à organização pessoas com credibilidade, boa imagem, que ajudem a “vender” a organização.

f) Gratidão

O sentimento de lealdade, gratidão e afeição, bem como o orgulho de pertencer ou ter pertencido à organização são motivadores para se doar. Deve-se identificar quais dessas motivações se relacionam com o público doador para elaborar estratégias de contato e de convencimento desses parceiros.

g) Outros motivadores

Cruz & Estraviz (2003) ainda citam outros motivos que influenciam a doação: obrigação moral de ajudar, satisfação pessoal em ajudar os outros; livrar-se da culpa de não ajudar; manter ou melhorar o *status* social; prestígio, respeito, admiração na comunidade; compaixão ou empatia; identificação pessoal com a causa ou o benfeitor; influência religiosa; substituição à participação ativa em trabalhos sociais; apoio à missão e à proposta da organização.

Após abordarem requisitos importantes na captação de recursos, Cruz & Estraviz (2003) evidenciam a necessidade do gerenciamento das informações através da criação de um banco de dados, possibilitando o armazenamento de dados e informações acerca das diversas pessoas que já contribuíram de alguma forma com a organização.

2.3.3 Os captadores de recursos

O responsável pela captação de recursos tem como principal função liderar esforços da captação de recursos, sendo responsável pelo trabalho e estando autorizado a tomar as decisões do dia-a-dia. Deverá possuir conhecimento de diferentes técnicas de gerenciamento e de captação de recursos existentes. (CICONTE & JACOB, 1997 apud CRUZ & ESTRAVIZ, 2003).

Cruz & Estraviz (2003, p. 45) acrescentam características sugeridas pela *National Society of Fundraising Executives*, que é maior organização de representação dos captadores de recursos nos Estados Unidos. Assim, profissional captador de recursos deve:

- Planejar, organizar, gerenciar e dirigir a Assessoria de Desenvolvimento;
- Profundo conhecimento da instituição, sua missão, seus objetivos, programas específicos e necessidades;
- Desenvolver políticas, procedimentos e sistematizar as atividades da Assessoria de Desenvolvimento;
- Desenvolver e acompanhar o orçamento;
- Organizar e manter atualizado o histórico dos doadores;
- Identificar potenciais doadores;
- Gerenciar as tarefas a serem executadas;
- Manter rígido controle sobre o histórico dos doadores e garantir a confidencialidade de suas informações;
- Desenvolver, conduzir e avaliar todo o programa de captação de recursos;
- Supervisionar o pessoal do departamento;
- Avaliar todos os resultados das campanhas;

- Senso de humor;
- Flexibilidade;
- Elaborar contratos de doação;
- Fazer cobrança no caso de alguma doação não ser efetivada;
- Aprender com os erros;
- Conhecer as leis de incentivo fiscal.

Com o tempo e o volume de atividades, a Área de Desenvolvimento (ou a área de captação de recursos) deve possuir um maior número de profissionais ou voluntários que participarão do processo de levantamento de necessidades da organização, do planejamento estratégico da área e da implementação de todas as atividades da captação de recursos. Todos estarão envolvidos com o gerenciamento de informações dos doadores e potenciais doadores, e serão responsáveis pela elaboração dos relatórios semestrais e anuais relativas às parcerias realizadas. (Cruz & Estraviz, 2003).

Os autores ainda incitam a importância da participação de voluntários nestas atividades, que precisam ser treinados para conhecerem bem o trabalho da organização e desenvolverem assessoria profissional, representando melhor a instituição externamente. Os voluntários que podem contribuir com a organização podem ser: pessoas da comunidade, indivíduos envolvidos com a causa, pessoas aposentadas precocemente e empresários. Estes últimos além de contribuir na elaboração de campanhas, podem também, serem grandes doadores.

Cruz e Estraviz (2003) indicam vantagens e desafios em se terem voluntários participando do processo de captação de recursos.

- Vantagens: Trabalham por amor; podem atingir mais setores econômicos, por fazerem parte de diferentes grupos; podem trabalhar em grandes organizações,

possuindo colegas que podem ser potenciais doadores; podem ter tempo durante o dia; e se, além de voluntários, forem doadores, solicitam colaboração a outros com maior desenvoltura.

- Desafios: Talvez eles odeiem fazer isto (captar recursos); podem não ter know-how; podem não possuir conhecimento da sua organização; se tenham dificuldade em se “demitir” da organização; e se não possuírem controle e disponibilidade de tempo.

Eles ainda fornecem algumas sugestões para que o trabalho de captação com funcionários ou voluntários aconteça de forma produtiva:

- Dê metas a serem alcançadas relacionadas aos objetivos específicos;
- Proporcione um ambiente de encontro agradável;
- Crie uma pauta interessante para o encontro;
- Treine-os;
- Veja o que eles podem fazer melhor e com mais prazer;
- Dê liberdade ao grupo;
- Forneça um cronograma da campanha.

Após analisar elementos relativos aos captadores de recursos, serão abordados aspectos relativos às fontes de financiamento existentes para captação de recursos para as organizações sem fins lucrativos.

2.3.4 Fontes de financiamento

Uma boa estratégia de captação de recursos contribui para que a organização seja mais autônoma frente às mudanças e exigências vindas das fontes de

financiamento, propiciando maior capacidade de manter sua identidade e não abrir mão de sua missão e valores, não deve restringir à captação de fundos financeiros, pois a organização será mais eficaz quanto mais ampla for a noção de recursos, e mais diversificada, criativa e adequada ao ambiente externo. (VALARELLI, 1999).

É recomendável que se desenvolvam campanhas e solicitações as diversas fontes de financiamento existentes. (CRUZ & ESTRIVIZ, 2003). Assim, os autores indicam as seguintes fontes de captação:

a) Indivíduos

É uma fonte de financiamento que muitas entidades deixam de lado, por considerarem ser mais trabalhoso e com menor retorno de doações. Entretanto Cruz & Estraviz (2003, p.78) contestam esta idéia “se estamos desenvolvendo atividades sociais, nada mais legítimo que contar com indivíduos”, visto que se a entidade recebe apoio de pessoas, seus recursos e horas de seu trabalho, certamente conclui-se que ela é legítima.

Cruz & Estraviz (2003) vêem vantagem em investir em eventos, por exemplo, para captar financiadores indivíduos é que apesar de suas doações possuírem individualmente valores baixos de contribuição, juntas podem garantir recursos substanciais à organização, com menor risco de criar dependência em poucos e grande financiadores (CRUZ & ESTRIVIZ, 2003). Garantir a sustentabilidade através da ampliação e diversificação das fontes de recursos reduz a vulnerabilidade e a subordinação de quando se depende de poucas fontes financiadoras. (VALARELLI, 1999).

Outra vantagem é a utilização destes indivíduos como voluntários, permitindo que exerçam uma cidadania mais ativa, gerando maiores e melhores oportunidades de sustentabilidade para a organização.

b) Empresas

Ao solicitar uma doação deve-se deixar claro que é uma causa de valor e que se trata de uma oportunidade de investimento com ganhos sociais, devendo envolver o doador com a instituição e com o sucesso da missão. (CRUZ, 2001).

“É necessário então que a entidade tenha um estudo prévio de quais os benefícios queira oferecer às empresas” (CRUZ & ESTRAVIZ, 2003, p. 81).

Cruz (2001) ainda ressalta a importância de a entidade respeitar o destino da doação recebida, aplicando-a conforme a finalidade do doador. Evitando assim o descrédito por parte de seus financiadores para com a entidade, e a conseqüente perda de um ou inúmeros doadores. Cruz & Estraviz (2003) reforçam esta idéia indicando que uma empresa pode apoiar a organização sem fins lucrativos se percebe que esta possui credibilidade e que sua causa é realmente importante, o que mesmo assim não significa obter o apoio irrestrito da empresa.

c) Fundações

Para obter recursos através de fundações é necessário realizar uma solicitação apresentando justificativa, objetivo, avaliação de resultados. As fundações buscam um retorno relacionado a políticas públicas, não objetivando com a divulgação de seu nome como financiador. (CRUZ & ESTRAVIZ, 2003)

d) Igrejas

De acordo com Cruz & Estraviz (2003) este tipo de captação exige, em geral, uma identificação com a seita, adequando-se às prioridades da mesma, porém os financiadores costumam contribuir por muitos anos e possibilitam que membros da Igreja se envolvam no trabalho como indivíduos.

e) Recursos Públicos

Indiretamente todas as organizações sem fins lucrativos recebem um tipo de financiamento do Governo, que é a isenção de determinados impostos. Entretanto os recursos governamentais podem advir de convênios, onde é estabelecida uma parceria entre a entidade e o município ou o Estado, sendo este convênio uma terceirização, em que o Governo remunera uma organização para realizar uma atividade à comunidade de obrigação governamental. (CRUZ & ESTRIVIZ, 2003).

f) Eventos

Utilizar os eventos como forma de arrecadação de recursos requer organização. Estes podem ter objetivos diversos, como de divulgação da causa, sua missão, seus projetos, ou mesmo reconhecer doadores e captar recursos diretamente, além de voluntários para trabalhar na organização. É importante identificar os presentes para que se possa enviar malas diretas, convites e agradecimentos. (CRUZ & ESTRIVIZ, 2003).

g) Projeto de Geração de Renda

Cruz & Estravis (2003) indicam por fim a última fonte de financiamento, também denominada auto-sustentabilidade, a geração de renda. Esta possibilita à

organização, depender menos de financiadores e gerir seus recursos como determinar.

O Anexo D ilustra um quadro elaborado por Cruz & Estraviz (2003) que faz um comparativo entre as fontes de financiamento abordadas anteriormente. Abordando as vantagens, desafios, motivações, recursos necessários e tipos de apoio relativos a cada fonte financiadora.

Cruz & Estraviz (2003) propõem um modelo das atividades realizadas pelo captador de recursos, designado pelos autores como Assessoria de Desenvolvimento, para que possa arrecadar os recursos nas diversas fontes abordadas. A Figura 01 apresenta então um modelo das etapas da captação dos recursos.

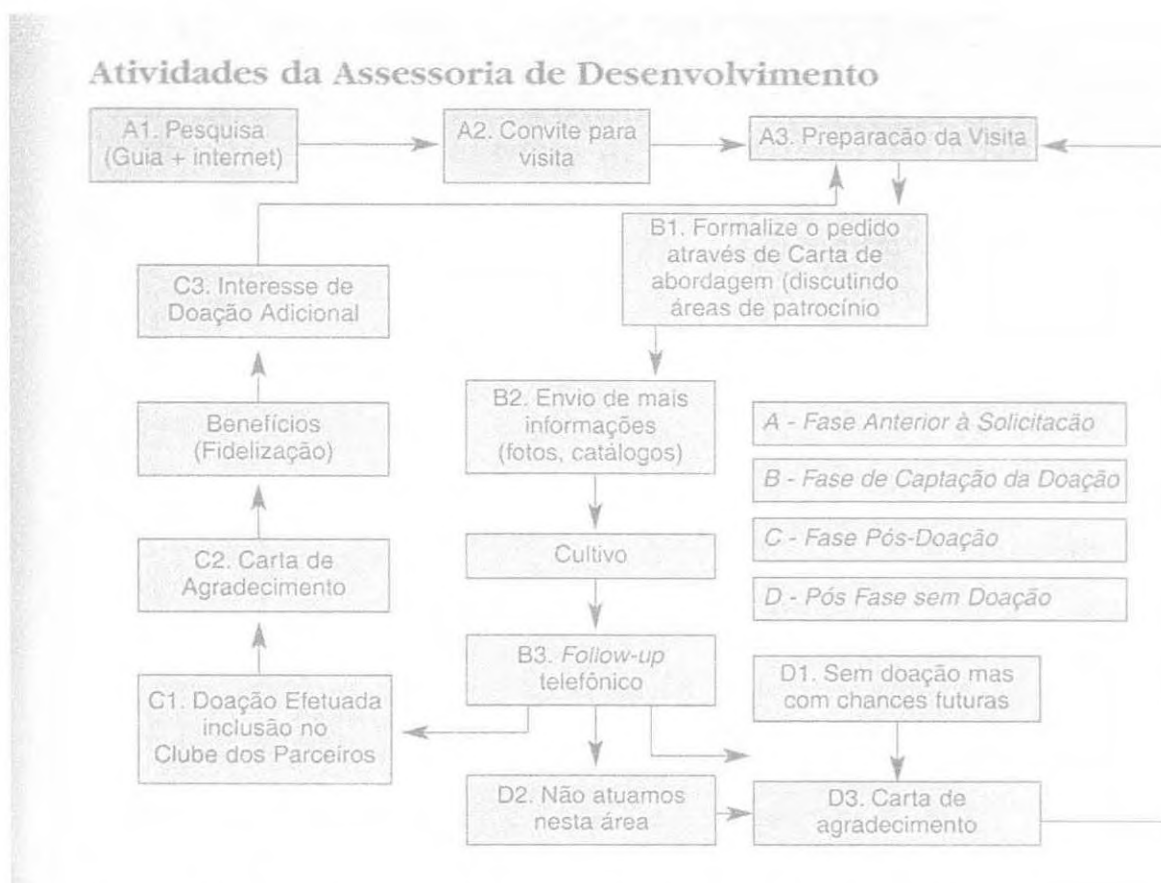


Figura 01: Processo de relacionamento para a captação de recursos

Fonte: Cruz & Estraviz, 2003, p. 53.

Este modelo facilita a visualização do processo para que o captador de recursos siga um padrão de relações com seus financiadores, evitando repetirem pedidos ou esquecer de um importante contato.

Por fim, após identificar as diversas fontes de captação, mostra-se importante apresentar dois elementos que facilitam o processo de captação de recursos para uma organização sem fins lucrativos: banco de dados e documentos de suporte à captação.

2.3.5 Banco de dados

Cruz & Estraviz, 2003 que indicam a utilização de um banco de dados, com a base de relacionamentos da organização e informações úteis para o funcionamento da mesma, devendo ser continuamente atualizado em um sistema interno.

É essencial entrar em um consenso, definindo quais são os dados e informações realmente úteis de se registrar para a organização, e quais são desnecessárias e que causariam apenas uma montanha de informações que alguém um dia recolheu, denominado pelos autores de um “bando de dados”.

O Anexo 01 indica um modelo de um banco de dados para pessoas, e o Anexo 02 indica um modelo para informações de empresas.

Após relacionar os dados que a organização pretende armazenar, recomenda-se que o registro das informações seja uma prática e que todos os envolvidos se disciplinem a mantê-la e atualizá-la, para que o banco de dados seja eficientemente utilizado pela organização.

2.3.6 Documentos de suporte à captação

É de suma importância que a organização desenvolva um material institucional onde apresente seus objetivos e sua razão de ser, levantando questões relativas aos motivos das doações. A existência de um material impresso e formal confere confiança ao leitor e ares de profissionalismo à entidade. (ADULIS, 2002).

O material deve indicar como os recursos captados serão utilizados pela organização e como poderão contribuir para o seu desenvolvimento. A sua elaboração pode ser trabalhosa, para definição de conteúdos, formato, linguagem, e outros. Assim é essencial que todos os envolvidos participem de sua elaboração, para que diversos aspectos possam ser envolvidos. Adulis (2002) propõe um roteiro para a elaboração do material institucional para uma campanha de doações:

- a) Introdução com propósito de despertar interesse para a organização, seus desafios e problemas que procura solucionar;
- b) *Relevância da organização no contexto social e regional;*
- c) Breve histórico da organização destacando sucessos do passado;
- d) Aspectos de destaque da organização e seus programas/ serviços;
- e) Desafios atuais da organização demonstrando que estes foram avaliados;
- f) Lógica da campanha, mostrando que resulta de um processo de planejamento;
- g) Explicação sobre como os recursos serão empregados e importância dos mesmos para o sucesso da iniciativa;
- h) Papel que a doação pode ter na solução dos problemas identificados;
- i) Apelo final para que efetue a doação;
- j) Instruções para realizar a doação.

3 METODOLOGIA

Com a metodologia buscou-se demonstrar os métodos de pesquisa utilizados, como ocorreu o levantamento dos dados e a análise das informações obtidas.

3.1 Caracterização da pesquisa

Richardson (1999) relaciona a pesquisa como uma ferramenta para obtenção de conhecimento, sendo que a mesma pode objetivar a resolução de problemas específicos ou a geração de teorias e/ ou a avaliação das já existentes. Gil (1996) complementa esta afirmação ao indicar que a pesquisa é requerida quando não existem as informações suficientes para responder a determinado problema, ou quando a informação disponível se encontra em desordem, impedindo relacioná-la adequadamente ao problema.

Quanto aos fins a pesquisa realizada no presente trabalho foi classificada como exploratória, visto que segundo Vergara (2004) é aplicada em uma área em que há pouco conhecimento acumulado e sistematizado, não comportando hipóteses que poderão surgir durante ou no final da pesquisa. E ainda formular questões ou um problema, com a finalidade de desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno, realizando uma pesquisa futura mais precisa ou modificar e clarear conceitos (LAKATOS & MARCONI, 1991).

Pode-se então considerar a pesquisa como exploratória, visto de imediato que visa ganhar maior conhecimento sobre determinado tema, desenvolver hipóteses a

serem testadas e aprofundar questões a serem estudadas. (MATTAR, 1999). Ela foi então exploratória pela necessidade de a autora conhecer melhor o tema de estudo, se aprofundar e desenvolver o estudo.

A pesquisa foi ainda descritiva, pois que observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos sem manipulá-los. Desenvolve-se principalmente nas ciências humanas e sociais, tratando dados e problemas que devem ser estudados, mas cujo registro não consta em documentos. Neste tipo de pesquisa os dados ocorrem em seu *habitat* natural, precisando ser coletados e registrados adequadamente para seu estudo propriamente dito. (CERVO & BERVIAN, 2003).

Foi considerada descritiva por trabalhar descrevendo a realidade organizacional de forma aprofundada (abordando sua estrutura, seus objetivos e suas ações).

A pesquisa foi classificada como aplicada, que segundo Yates apud Mattar, (p.51, 1999), é “o tipo de estudo sistemático motivado pela necessidade de resolver problemas concretos”. Roesch (1999) reforça afirmando tais problemas serão discutidos na pesquisa aplicada, utilizando-se um referencial teórico de determinada disciplina e apresentando soluções alternativas. Neste caso foi aplicada tendo em vista que foram gerados procedimentos que podem ser aplicados na prática organizacional.

Quanto aos meios por se basear inicialmente em uma fundamentação teórica, a pesquisa pode ser considerada inicialmente como bibliográfica, que de acordo com Cervo & Bervian (2003, p.65) “procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos”.

A pesquisa desenvolvida apoiou-se em materiais de meios bibliográficos e telematizados. Vergara (1990) explica que a pesquisa bibliográfica é baseada em

materiais publicados em livros, jornais e revistas, que são disponibilizados ao público. E pesquisa que se utiliza de meios como o computador, por exemplo, é classificada como telematizada.

Teve perfil de uma pesquisa participante, pois se caracterizou pela interação entre pesquisador e os membros da situação investigada, permitindo criar, trabalhar e interpretar a realidade a partir dos recursos oferecidos pelo meio. (GIL, 1996). “não se esgota na figura do pesquisador. Dela tomam parte pessoas implicadas no problema sob investigação, fazendo com que a fronteira pesquisador/pesquisado, ao contrário do que ocorre na pesquisa tradicional, seja tênue” (VERGARA, 2004, p. 49). É participante pois a pesquisadora trabalha voluntariamente na organização em estudo há cerca de dez anos, conhecendo a realidade da mesma profundamente.

Ainda quanto aos meios a pesquisa é considerada um estudo de caso, visto que permite o estudo de fenômenos em profundidade dentro de seu contexto, analisando as pessoas em seu ambiente natural. É especialmente adequado ao estudo de processos, visto que tem capacidade de explorar processos sociais à medida que eles se desenrolam na organização. E possibilita explorar fenômenos baseado em diversos ângulos, permitindo a consideração de variáveis não necessariamente pré-determinadas. (ROESCH, 1999)

Gil (1996) considera o uso de estudo de caso como vantajoso por estimular novas descobertas devido à sua flexibilidade. “É freqüente o pesquisador dispor de um plano inicial e, ao longo da pesquisa, ter seu interesse despertado por outros aspectos que não havia previsto” (GIL, 1996, p.59).

Roesch (1999) delineia a pesquisa como podendo ser quantitativa ou qualitativa. Sendo que esta pesquisa pode ser considerada com a da segunda

opção. Visto que “seus métodos de coleta e análise de dados são apropriados para uma fase exploratória da pesquisa” (ROESCH, 1999, p. 154).

Roesch (1999) ressalta que a pesquisa qualitativa é apropriada para a avaliação formativa, em se tratando de melhorar a efetividade de um programa ou um plano, ou seja, quando se trata de selecionar metas de um programa ou construir uma intervenção, porém não é adequada para avaliar resultados de programas ou planos.

Após determinar as características da pesquisa, parte-se para a definição da área de estudo em que o projeto foi desenvolvido.

3.2 Definição da Área de Estudo

O trabalho procurou se concentrar em conhecer mais profundamente a organização estudada, sua estrutura, seus objetivos e suas ações, com o intuito de estabelecer bases que possibilitassem a formulação de um plano de captação de recursos diversos que pudesse ser viável e voltado para as necessidades identificadas na mesma.

Os indivíduos que participaram da pesquisa foram onze colaboradores voluntários do Projeto Casa dos Girassóis, responsáveis pelas ações que serão executadas no mesmo, porém com maior participação do grupo gestor, formado por três indivíduos, os quais elaboraram o Projeto e as ações iniciais.

Para que se possam compreender as ferramentas utilizadas para adquirir tais informações acerca da organização, tem-se a coleta de dados, tratada aqui na seqüência.

3.3 Coleta de Dados

A coleta de dados no estudo de caso é realizada mediante da execução dos mais diversos procedimentos, entre os quais estão: a observação, a análise de documentos, a entrevista e a história de vida, sendo comum proceder ao estudo nesta ordem. (GIL, 1996).

Lakatos & Marconi (1991, p.165) definem como a “Etapa da pesquisa em que se inicia a aplicação dos instrumentos elaborados e das técnicas selecionadas, a fim de se efetuar a coleta dos dados previstos”.

Foram coletados dados primários designados por Mattar (1999) como aqueles que não foram anteriormente coletados, estando em posse dos pesquisados, e que serão coletados para que se possa atender às necessidades específicas da pesquisa.

Assim, as formas de coletas de dados utilizadas no presente trabalho foram: entrevista focalizada, observação participante e análise documental.

A entrevista focalizada é pouco estruturada, porém não é uma conversa aberta que trata de assuntos múltiplos, onde um assunto deve ser focalizado. (VERGARA, 2004). A entrevista focalizada foi o procedimento mais utilizado para o alcance das informações necessárias, visto que a maior parte das informações estava com os colaboradores da organização. Foi realizada com os três participantes do grupo gestor da Casa dos Girassóis, bem como com onze responsáveis pelas ações do Projeto. Com os primeiros obtiveram-se informações a cerca da estrutura e da visualização do Projeto de forma global. Com os últimos, foram coletadas informações sobre as ações do Projeto, suas características e as necessidades de recursos identificadas para que estas pudessem ser executadas.

A observação participante foi do tipo aberta que “ocorre quando o pesquisador tem permissão para realizar sua pesquisa na empresa e todos sabem a respeito de seu trabalho” (ROESCH, 1999, p.161-162). Na observação participante, o pesquisador está engajado ou se engaja na vida do grupo ou na situação, sendo um ator ou um espectador interativo. (VERGARA, 2004).

A observação participante auxiliou na percepção da estrutura da organização, bem como de seus processos, que não estavam definidos organizadamente e descritos de forma que pudessem ser discriminados seus parâmetros.

A análise documental é uma das fontes de dados mais utilizada em trabalhos de pesquisa, tanto qualitativas quanto quantitativas é constituída por documentos relativos à organização, sendo utilizados para complementar demais métodos de coleta de dados (ROESCH, 1999). Sua vantagem está em conter dados ricos e estáveis, não exigindo contato com os envolvidos com a pesquisa, porém estes documentos muitas vezes apresentam informações subjetivas e não-representativas. (GIL, 1996). Assim, foram analisados documentos relativos ao seu projeto, que continha pesquisas do IBGE (2000), com dados da comunidade, pesquisas aplicadas com dezesseis mães participantes que são o público-alvo do Projeto acerca da realização do Projeto, com sugestões das mesmas, análise de objetivos, concepções norteadoras e propostas metodológicas, além de quadros demonstrativos das ações que serão realizadas.

Apesar do pouco material disponível em documentos, estes proporcionaram a base para que a pesquisa pudesse ser desenvolvida, pois criaram indagações e a conseqüente busca por novas informações.

3.4 Limitações do Estudo

Uma limitação deste estudo é que o mesmo baseia-se em uma organização que está em fase de implantação, sendo que muitas informações não existiam em registros ou relatórios, estando somente presentes nas idéias e planos de seus formuladores. Desta forma, não se considerou como parte da análise as decisões tomadas no início da implantação da mesma, uma vez que a pesquisadora não teve acesso a documentações ou pessoas que pudessem comprovar tais fatos.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

A pesquisa foi desenvolvida na organização sem fins lucrativos Projeto “Casa dos Girassóis”. A escolha partiu da necessidade enfrentada pela organização de existir um plano de captação de recursos para que a mesma possa realizar suas atividades na comunidade.

A caracterização da organização segue a seguir, posteriormente tem-se as ações, e suas necessidades, para facilitando a posterior explicitação acerca do plano de captação de recursos a ser aplicado.

4.1 Caracterização da organização

A caracterização da organização proporcionará maior entendimento da realidade do trabalho desenvolvido na comunidade, bem como do surgimento do Projeto “Casa dos Girassóis”, com informações relativas ao seu histórico de trabalho e através de estatísticas, conhecendo as necessidades da comunidade em que atua.

4.1.1 Histórico

O Projeto “Casa dos Girassóis” foi um ideal formado a partir de um trabalho chamado “Grupo Girassol”, que iniciou suas atividade em março de 1995, com intuito de que jovens voluntários desenvolvem um trabalho de evangelização em uma

comunidade carente na cidade de Florianópolis, o que proporcionou ao longo dos anos o crescimento pessoal e social de todos os envolvidos.

A comunidade escolhida foi a do bairro Mont Serrat, localizado próximo à Rua Mauro Ramos, no centro da cidade de Florianópolis. O motivo foi a não existência de trabalhos com este propósito na comunidade, bem como o desejo de moradores para que o mesmo acontecesse.

As atividades do Grupo Girassol aconteciam em um centro espírita localizado à Rua José Boateux, próximo à comunidade, um domingo por mês, pela manhã, onde participavam cerca de 150 crianças, de zero a 17 anos, e 20 mães e pais divididos em subgrupos, por idade.

No período de março de 1995 a março de 2000 o trabalho cresceu, as atividades na comunidade passaram a acontecer todos os domingos pela manhã, e o espaço físico, sempre limitador, pôde ser ampliado com o empréstimo de salas na Creche do Duduco, localizada na comunidade.

Em 2006 o Grupo Girassol já contava com cerca de 50 (cinquenta) trabalhadores voluntários, sendo que 80% destes são jovens (entre 14 e 25 anos). No mesmo dia, após as atividades na comunidade, os trabalhadores realizam reuniões de avaliação dos subgrupos, onde são comunicados os resultados e, discutidas e analisadas novas propostas de trabalhos. Além disto, a coordenação do Grupo Girassol realiza reuniões mensais para avaliação geral para a melhoria contínua do trabalho e reuniões de estudo, envolvendo todos os voluntários participantes, onde são discutidos os temas abordados com a comunidade.

A cada contato com a realidade das famílias da comunidade, era notável a necessidade de um trabalho que possibilitasse um maior cuidado com certas questões, como a educação, saúde e mesmo as relações sociais. A realização de

atividades no período em que as crianças não estivessem na escola, ou mesmo no período das férias escolares, com o objetivo de estarem aproveitando seu tempo vago para realizar atividades de crescimento, evitando assim que ficassem expostas a perigos que estão sujeitas brincando nas ruas, sem o acompanhamento de responsáveis.

Para tanto, a criação de um projeto que oportunizasse à comunidade sanar deficiências por ela encontradas, não somente aos domingos, mas em todos os dias, era um objetivo dos participantes do Grupo Girassol. Mas, como o interesse não por estas melhorias não deveria partir apenas da ideologia dos trabalhadores, mostrou-se fundamental conhecer mais profundamente a realidade da comunidade, para a elaboração de um projeto o mais adequado possível.

4.1.2 A comunidade

Segundo levantamentos realizados pelo grupo gestor da Casa dos Girassóis, a comunidade Mont-Serrat é constituída por 285 domicílios dentre os quais 26 pagam aluguel (9,1%). Apesar de ser localizado em uma região praticamente central da cidade de Florianópolis, apresenta uma infra-estrutura extremamente precária. A ausência total de água e esgoto é identificada em várias casas. Destacam-se, a partir dos dados do IBGE (2000), os seguintes números:

- 3,2 % não têm água (canalizada ou poço);
- 4,2% não têm sanitário;
- 7,7 % não têm local para banho;
- 8,1 % colocam o esgoto em valas.

Estes números podem sofrer considerável aumento se for considerada a qualidade do banheiro ou sanitário e também o abastecimento de água, devido à comunidade estar localizada em um morro, as condições de saneamento são precárias, não existindo muitas vezes a autorização para que a água seja levada a alguns pontos, o que acaba por impedir condições básicas de higiene.

Considerando que cada domicílio tem um responsável pela geração de renda, identifica-se que:

- 58,2% são homens e 41,8% são mulheres;
- 8,4 % são analfabetos (quanto ao grau de escolaridade observa-se que a maioria tem instrução primária, quase sempre incompleta);
- 4,2 % não tem rendimento para a sobrevivência;
- Praticamente a maioria recebe menos que dois salários mínimos mensais;
- A maior parte das casas abriga mais de 4 (quatro) pessoas, sendo observado situações de até 10 (dez) pessoas na mesma moradia.
- Quanto ao índice de alfabetização é possível constatar, nos dados do IBGE, que 11,7% são completamente analfabetos (incluindo-se crianças em idade escolar, jovens e adultos).

Para agregar valores na presente proposta realizou-se uma pesquisa através entrevistas direcionadas com 16 mães residentes na localidade e integrantes das reuniões do Grupo Girassol, conforme descrito no capítulo 3, que trata da metodologia, acerca da realização de um projeto social voltado para sua comunidade, incluindo sugestões (ver anexo D). Ficou evidenciado:

- 62,5% das entrevistadas sugeriram formação de grupos objetivando-se a orientação para pais, no sentido da educação de seus filhos, incluindo orientação familiar em geral;

- 81,25% vêem como necessidade o desenvolvimento de trabalhos na comunidade que tenham como objetivos: atividades recreativas para as crianças, reforço escolar, orientação sexual, atividades artísticas e de artesanato, canto, dança, entre outras atividades;

- 56,25% relatam que a comunidade anseia por uma vida melhor, com áreas de lazer e de integração comunitária;

- e 25% informaram que possuem disposição para participar de atividades como colaborador (voluntário), objetivando contribuir com a melhoria da qualidade de vida da sua comunidade.

Observando que existe a necessidade de uma melhoria das condições de vida como um todo na comunidade analisada, o Projeto “Casa dos Girassóis” vem oferecer à comunidade a oportunidade de tratar ao menos parcialmente tais dificuldades nela identificadas. Assim, expõe-se o a seguir o Projeto para que isto possa ser alcançado.

4.2 O Projeto “Casa dos Girassóis”

Após a explanação dos pontos encontrados na comunidade que se quer alcançar com o Projeto, juntamente com as expectativas da comunidade para com ele, o grupo gestor, que é formado por indivíduos voluntário que formularam inicialmente a base do Projeto, e elaboraram posteriormente os seguintes objetivos do Projeto Casa dos Girassóis:

Seu objetivo geral é propiciar a formação global da criança e do adolescente em situação de risco social alicerçada no amor integral. Possibilitando desenvolver

não somente o seu lado intelectual, mas também a parte moral e espiritual do indivíduo, sempre apoiada em princípios de amor e de igualdade para todos.

Seus objetivos específicos são de desenvolvimento em caráter educacional e social, que estão em consonância com a problemática nacional e identificada na pesquisa. Assim descritos:

- a) Organizar e estruturar o espaço físico (Casa dos Girassóis) para o desenvolvimento de ações na Comunidade Mont Serrat.
- b) Desenvolver ações facilitadoras do desenvolvimento natural, progressivo e transformador da criança e do adolescente.
- c) Desenvolver ações que contemplem oficinas, cursos, serviços e campanhas, para promover a formação específica e global em diferentes dimensões, tais como: intelectuais, afetivas, estéticas, físicas, sociais e espirituais.
- d) Manter grupos permanentes de colaboradores (voluntários) para desenvolver pesquisas com objetivos de aprimorar os processos e métodos adotados no decorrer das ações desenvolvidas.

A organização do espaço físico dentro da comunidade é essencial para que se possa ter um local que possibilite desenvolver as ações propostas, com equipamentos e materiais adequados. Essas ações são a forma que o Projeto utilizará para que se possa promover a formação global da criança e do adolescente, sempre com o apoio de voluntários para que o trabalho possa estar em crescimento contínuo.

Para que a Casa dos Girassóis possa realizar o trabalho a que se propõe é importante contar com uma estrutura que possibilite o desenvolvimento de ações administrativas. Para tanto, como o Projeto encontra-se em fase de planejamento,

sugere-se a adoção do organograma a seguir, possibilitando visualizar os níveis hierárquicos, com suas atribuições para o alcance dos objetivos anteriormente escritos.

4.2.1 Organograma

A Figura 02 ilustra o organograma do Projeto “Casa dos Girassóis”, com seus devidos níveis de hierarquia.

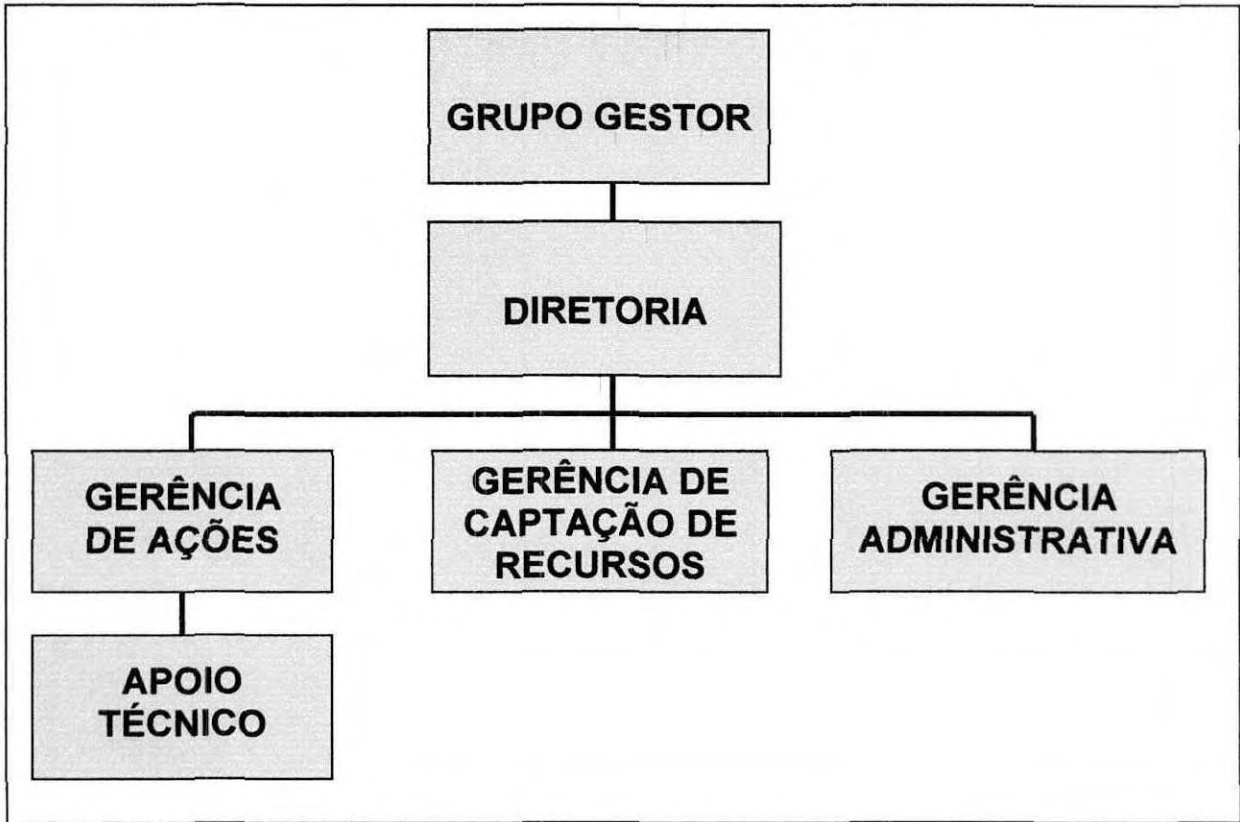


Figura 02: Organograma “Casa dos Girassóis”

Fonte: análise de dados primários.

O Grupo Gestor é o responsável pela elaboração das primeiras ações a serem realizadas pelo Projeto, bem como é de sua responsabilidade as ações futuras, no processo de elaboração e análise de todas as ações. É formado por:

- 01 (uma) assistente social;
- 01 (uma) pedagoga;
- 01 (uma) profissional em educação física.

A Diretoria tem como atributo responder pela Casa dos Girassóis, em eventos, e parcerias a que esta se comprometa. Sua amplitude envolve todas as gerências da organização, e está diretamente subordinada ao grupo gestor. É formada por:

- 01 (um) administrador;
- 01 (uma) pedagoga.

A Gerência de Ações é responsável pelo produto principal da organização: suas ações. Ela que desenvolve todas as etapas que envolvem a execução das ações (desde a análise destas junto ao grupo gestor até sua avaliação final). Ela conta com 11 responsáveis:

- 01 (um) engenheiro de automação;
- 01 (um) assistente social;
- 01 (um) profissional em educação física;
- 01 (um) profissional de educação artística;
- 01 (um) nutricionista;
- 01 (um) médico;
- 02 (dois) psicólogos;
- 03 (três) pedagogos.

O Apoio Técnico aparece subsequente à Gerência de Ações, pois ele executa atividades técnicas relacionadas à estrutura física do Projeto, como obras, por exemplo. O Apoio técnico, que realizará serviços de manutenção da parte física da Casa, incluindo obras, contempla:

- 01 (um) arquiteto;
- 01 (um) engenheiro civil;
- 01 (um) engenheiro elétrico;
- 01 (um) engenheiro sanitário.

A Gerência de Captação de Recursos é responsável por possibilitar à organização seu funcionamento ao buscar junto a terceiros recursos para que ela possa realizar as suas ações. A Gerência de captação de recursos é formada por:

- 01 (um) engenheiro de materiais;
- 01 (um) administrador.

A Gerência Administrativa tem como atribuição apoiar as decisões do grupo gestor, colaborando no campo administrativo, contábil e jurídico. Assim, a Gerência administrativa conta com:

- 01 (um) advogado;
- 01 (um) administrador;
- 01 (um) contador.

É importante salientar que todos os profissionais citados trabalham como voluntários, portanto não recebem remuneração pelas atividades realizadas no Projeto. Os profissionais listados irão contribuir com a Casa dos Girassóis desenvolvendo atividades específicas de sua área de atuação.

Cada profissional tem estimativa de horas trabalhadas diferenciadas, de acordo com a necessidade encontrada pela organização. Todos os dias ao menos um componente do Grupo Gestor estará presente na organização para acompanhar as atividades da casa. Já a Diretoria não terá horário fixo, comparecendo quando possuir assuntos a se tratar na Casa.

Os responsáveis pela Gerência de Ações despenderão um tempo maior devido às atividades práticas com a comunidade, além de atividades de planejamento e avaliação, sendo assim, terão horários fixos de trabalho. O apoio técnico por sua vez participará eventualmente das atividades, não possuindo horários na organização, visto que realizará reparos e participará das manutenções que não estão previstas.

A gerência de captação de recursos irá prestar serviços em épocas de captação e de contato constante com os clientes, portanto seus horários não serão fixos. E por fim, a Gerência Administrativa realizará as atividades de acompanhamento para as necessariamente existentes, como elaboração de um contrato por parte do advogado, desde que haja comprometimento em realizá-lo, não há motivos para que ele possua horário definido na organização.

A formulação dos objetivos e a explicitação do organograma oferecem melhor visualização para os rumos da organização, evitando o desvio da sua atividade fim. Para tanto foram formuladas ações para o alcance de tais objetivos.

4.3 Estruturando as Ações do Projeto “Casa dos Girassóis”

Para estruturar a presente proposta é importante que se estabeleça de forma mais detalhada as concepções norteadoras, sobre as quais estão alicerçadas todas as ações desenvolvidas.

De acordo com entrevistas realizadas com representantes do grupo gestor, constatou-se que foi desenvolvido um modelo de apoio à formação global da criança

e do adolescente, que pode ser visualizado em quatro aspectos, inspirados nas necessidades da própria sobrevivência:

a) intelectual e cultural: com o desenvolvimento do intelecto do indivíduo, suas aptidões, através de atividades lúdicas e de estudo, além de trabalhar a parte de cultura, de seu país, de seu povo, apresentando oficinas que tratem de tais aspectos na prática;

b) sentimental: trabalhando o íntimo do indivíduo (o que ele sente, o que gosta, o que o faz feliz), incentivando-o a entrar em contato com suas sensações e sentimentos, consigo, com o outro e com o mundo;

c) corporal: contempla a relação do indivíduo com o seu corpo (seus cuidados para com ele, como o utilizar de forma saudável);

d) espiritual: tratando da relação do indivíduo com seu lado espiritual, sua fé, seu contato com Deus.

O cuidado de cada uma destas partes integra a criança, proporcionando a construção de um cidadão ético e feliz, capaz de atuar de forma integral na família, na escola, na comunidade e na sua vida profissional.

Assim, para que a organização possa trabalhar estes quatro aspectos no indivíduo, tem-se a proposta metodológica para a Casa dos Girassóis.

4.3.1 Proposta Metodológica da “Casa dos Girassóis”

Para atingir as metas propostas dentro das concepções norteadoras da Casa dos Girassóis é necessário que todas as ações desenvolvidas estejam alicerçadas em três diferentes módulos, formulados pelo grupo gestor do trabalho:

a) Módulo 1 - Consigo mesmo: Visa o aprender a lidar e trabalhar consigo mesmo, conhecendo seus limites intelectuais, físicos e culturais para que possa desenvolver novas competências e habilidades pessoais. As ações desenvolvidas alicerçadas neste módulo devem ser contempladas estimulando o intelecto e o sentido crítico. A autonomia deve ser incentivada de modo que a o indivíduo possa assumir a construção de seus conhecimentos sociais e culturais.

b) Módulo 2 - Com o outro: As campanhas estabelecidas neste módulo devem estar alicerçadas nos princípios da amizade e da solidariedade. Desenvolvendo no indivíduo a capacidade de aprender a evitar conflitos ou de resolvê-los de forma pacífica, permitindo assim conhecer o outro, respeitando-o em suas diferenças (grupos étnicos, religiosos, sociais, etc.).

c) Módulo 3 - Com Deus: As ações desenvolvidas neste módulo deverão estar relacionadas aos aspectos emocionais e espirituais que norteiam a vida a cada instante. Lembrando que atualmente admite-se a Ciência unindo-se à Religião, com a compreensão do significado da sua vida aliado aos mecanismos para analisar as condutas pessoais. As campanhas estabelecidas neste módulo devem estar alicerçadas nos princípios da fé e da razão.

Para tratar destes módulos de diversas formas, o grupo gestor do Projeto elaborou diferenciadas formas de aplicá-los, que vem a caracterizar as categorias das ações estabelecidas.

4.3.2 Categorias das ações

Para facilitar a organização, as ações ficarão enquadradas em uma ou mais das seguintes categorias. Seu uso poderá ser mais bem visualizado posteriormente nos Quadros 03 e 04, onde estão classificadas cada ação, sua periodicidade e a correspondente categoria.

a) Oficinas: As oficinas irão agregar um grupo de crianças, de pais ou mesmo de formadores, objetivando a concretização de um produto. O processo deverá permitir o aprendizado específico de uma atividade e o crescimento individual e grupal. Por exemplo: grupos de mães na construção de objetos pessoais através de reciclagem, no contexto educacional.

As oficinas serão abertas a um número limitado de participantes, de acordo com a atividade que será desenvolvida e com o espaço físico disponível. Por exemplo, a oficina de inclusão digital possui somente dez computadores, portanto o número máximo será de 01 (um) usuário para cada equipamento, sendo no total 10 usuários.

b) Mini-cursos: Os cursos deverão reunir um conjunto de crianças, de pais ou formadores para analisar, discutir e estudar um específico tema, objetivando o aprofundamento em determinada área. O processo proporcionará crescimento de todos os envolvidos. Por exemplo: curso de evangelização e curso de reaproveitamento alimentar.

Os mini-cursos também terão vagas limitadas em decorrência do espaço físico a ser utilizado, dos recursos disponíveis (a ação de inclusão digital, por exemplo, está limitada ao número de computadores disponíveis) e da especificação

do aplicador das atividades quanto ao número adequado de participantes para que o aprendizado possa acontecer. Terão carga horária afixada pelo responsável da ação. Por exemplo, o mini-curso de orientação à saúde corporal possuirá carga total de 20 horas, de acordo com o que foi estipulado pela médica responsável pela aplicação da ação.

c) Serviços: Ficam enquadradas nessa categoria as ações que prevêm a prestação de diferentes tipos de serviços no seio da comunidade, objetivando-se a melhoria da qualidade de vida em diferentes momentos. Os serviços serão prestados por profissionais formados na área em que atuarão. Por exemplo, orientação psicológica. Em casos extremos, como exemplo, seja diagnosticada pela médica responsável alguma doença grave, este será encaminhado a um órgão que possibilite um serviço completo, como no caso, um hospital.

Diferentemente das outras categorias, os serviços serão realizados individualmente por se tratarem de atendimento e acompanhamento específicos de um indivíduo.

d) Caravanas: Nas caravanas um grupo de voluntários irá ao encontro da comunidade, com visita nos domicílios, para a realização de triagens (aproximação, sondagens e encaminhamentos) com fins específicos, e efetuando campanhas de ordem emergenciais, como abordagens ao uso de drogas e prevenção a doenças sexualmente transmissíveis.

As caravanas têm o objetivo atender a todas as famílias da comunidade que queiram participar do Projeto, expandindo o trabalho que é realizado no espaço físico da Casa dos Girassóis, para toda a comunidade. Esta categoria faz com que o

trabalho possa ser mais bem divulgado na comunidade, além de estreitar as relações entre os trabalhadores e os “atendidos”.

As ações que aqui serão descritas foram elaboradas com intuito de suprir as necessidades inicialmente identificadas na comunidade. A proposta da Casa dos Girassóis baseia-se na elaboração, análise, execução, controle e posterior avaliação das ações propostas.

4.3.3 Elaboração das ações

As ações iniciais propostas neste trabalho foram elaboradas pelo grupo gestor da Casa dos Girassóis, cujo envolvimento no Projeto como colaborador voluntário já se concretiza desde a sua idealização.

O grupo gestor elaborou determinadas ações iniciais baseando-se em alguma necessidade específica encontrada na comunidade, como por exemplo, a educação complementar, pois a maioria das crianças que participa dos trabalhos do Grupo Girassol é repetente na escola, sendo que poucas cursam a série escolar que é esperada pela idade. Ou a oficina experimental de produtos alimentares, que visa passar às crianças e jovens noções de como preparar os alimentos, com intuito de incentivar uma alimentação saudável, que não é uma realidade percebida.

Já outras ações iniciais foram formuladas por existirem profissionais que se colocaram à disposição para realizá-las, como é o caso do curso de recuperação de móveis, que além de proporcionar um tempo voltado ao aprendizado do indivíduo, acrescenta conhecimentos e experiências que podem ser utilizados no mercado de trabalho.

As ações que requerem atendimento especializado (pedagógico, psicológico, médico, etc.) possuirão como seus responsáveis um profissional credenciado, sendo que os nomes desses profissionais deverão ser listados em cada ação. O objetivo de assim ser, é garantir que as ações sejam ao máximo aplicadas, com segurança de que o profissionalismo de quem as executa seja oficialmente comprovado, evitando assim que ocorram problemas relacionados à falta de conhecimentos específicos. Por exemplo, atendimento psicológico realizado por um voluntário que não possua conhecimentos na área, e aplique um tratamento indevido ao indivíduo.

A Casa dos Girassóis se posiciona de forma aberta a eventuais idéias e ações futuras a serem desenvolvidas por interessados em participar do trabalho. Os parâmetros para a aderência de novas ações são que seus objetivos estejam de acordo com os da organização, bem como com suas normas e módulos, e sejam analisados pedagogicamente e assim aprovados por seu grupo gestor.

Um dos objetivos futuros é proporcionar um espaço a estudantes onde eles possam oferecer oficinas sobre atividades que eles aprenderam e que gostariam de aplicar como experiência, possibilitando assim o aprendizado de todos os envolvidos. Por exemplo: estudantes de educação artística de uma determinada entidade, desenvolver atividades ligadas à arte com materiais naturais.

4.3.4 Análise das ações

Como já citado, as ações deverão ser analisadas e aprovadas pedagogicamente e pelo grupo gestor do Projeto, objetivando-se a aderência com os pressupostos norteadores da Casa dos Girassóis. Cada ação deverá conter:

- Justificativas (mostrar a coerência com os objetivos da Casa e alinhamento com um dos seus módulos norteadores);
- Objetivos;
- Ações e estratégias;
- Levantamento das necessidades de recursos (materiais e humanos) e

orçamento.

A análise será realizada pelo grupo gestor, e caso sua aplicação necessite de um profissional especializado, como no caso de ações voltadas à saúde, o responsável pelas ações desta área também participará da análise para garantir que a ação esteja de acordo com padrões existentes.

A análise será efetuada assim que for recebida determinada proposta, para que o retorno ao colaborador acerca da ação elaborada não se torne impraticável pelo tempo de espera, e para que a organização possa já prever suas próximas ações, buscando os recursos e preparando o pessoal.

As ações elaboradas vindas de interessados no trabalho, como foi explicitado anteriormente, caso não sejam aprovadas de início, passarão por análise do grupo gestor e serão propostas mudanças e melhorias, objetivando sua adequação aos da organização.

4.3.5 Execução/ Desenvolvimento das ações

A execução das ações se dará por coordenadores voluntários capacitados na atividade que se irão realizar, sempre sob orientação do responsável pela ação. Antes de cada contato com a comunidade, os coordenadores e os responsáveis pela

ação terão reuniões de planejamento das atividades, o que contribui para que os voluntários que não possuem conhecimento total sobre as atividades desenvolvidas possam estar aprendendo juntamente com os mais experientes, antes de aplicá-las com as crianças, jovens e pais.

Os primeiros coordenadores voluntários, que serão os responsáveis pela execução das ações iniciais, descritas posteriormente no presente trabalho, são, em sua maioria voluntários já participantes do Grupo Girassol e que dispuseram a se comprometer com as atividades propostas pelo Projeto.

O grupo gestor, bem como todos os profissionais relacionados à determinada ação estarão sempre disponíveis para esclarecer e acompanhar as ações em desenvolvimento. A organização oferecerá a estrutura física adequada para cada ação, bem como recursos materiais e humanos para que o trabalho possa acontecer. Todas as atividades, exceto a de caravanas, serão realizadas no espaço físico da Casa dos Girassóis.

As ações do Projeto Casa dos Girassóis que serão executadas nos primeiros três anos seguem a seguir.

4.3.5.1 Ações iniciais

Para atender aos objetivos propostos é essencial o estabelecimento de quais ações serão realizadas primeiramente. Para tanto, o Quadro 03 apresenta um resumo das ações que são as metas para um período de três anos - de janeiro de 2007 a dezembro 2009.

Para facilitar a formação das turmas e proporcionar que o trabalho seja destinado a um público específico, as ações são divididas por grupos de interesse, assim definidos:

a) Crianças e adolescentes: crianças com idade entre 06 e 11 anos. Visto que para crianças com até 06 anos o Governo disponibiliza creche em período integral.

b) Mães e pais: mães e pais de qualquer idade pertencentes à comunidade.

c) Grupos familiares: famílias da comunidade, independente do número de integrantes da mesma.

d) Colaboradores: coordenadores e responsáveis pelas ações, bem como todos os voluntários que falam parte do Projeto Casa dos Girassóis serão convidados a participar de determinadas Oficinas e Mini-cursos para que possam aprofundar ou adquirir conhecimentos.

As ações são independentes entre si e destinadas a um número máximo de participantes, limitadas devido à atividade a ser desenvolvida, além do espaço físico disponível para a sua realização. Para as ações das categorias oficinas e mini-cursos será servido lanche ao final da atividade.

As vagas são prioritárias aos residentes da comunidade Mont Serrat, sendo que demais participantes advindos de outros bairros/ comunidades somente poderão participar das ações caso existam vagas excedentes não preenchidas.

Para calcular a demanda de cada ação, levantada no Quadro 03, o grupo gestor baseou-se no número de crianças, adolescentes, pais e mães que freqüentam os trabalhos do Grupo Girassol.

Objetivo Específico/Meta	Etapa/Fase (O que vai ser feito?)	Especificação (Como vai ser feito?)	Quantidade	Duração ou período
Atender a um grupo de crianças e adolescentes	Coral	Iniciação de canto, coreografia e apresentações públicas.	01 coral com 30 participantes.	02 encontros semanais.
	Oficina de música	Atividades de sensibilização musical.	01 oficina anual.	01 encontro semanal.
	Oficina pedagógica: Reciclagem e uso educativo da sucata	(1) Atividades de aproveitamento de sucata para fins recreativos e educacionais. (2) Atividades para introduzir técnicas de reciclagem.	01 oficina anual.	Encontros quinzenais.
	Oficina pedagógica: Educação complementar.	(1) Atividades direcionadas para auxiliar nas dificuldades de aprendizagens em diferentes níveis de ensino. (2) Atividades de criação de histórias e construção de livros.	01 oficina diária	De segunda a sexta.
	Oficina de artesanato.	Atividades de artesanato para adolescentes.	01 oficina anual.	Encontros quinzenais.
	Oficina de esportes.	Atividades esportivas (futebol e outras).	01 oficina anual.	02 encontros semanais.
	Curso de informática.	Atividades objetivando a inclusão digital	02 cursos semestrais	02 encontros semanais.
	Oficina experimental de produtos alimentares.	Atividades objetivando o aprendizado, com criação de biscoitos, pães e outros alimentos.	02 oficinas semestrais	02 encontros semanais.
	Oficina de bonecas	Atividades para a confecção de bonecas.	01 oficina anual	02 encontros semanais.
	Curso de recuperação de móveis.	Atividades formais de técnicas de restauração e pintura de móveis.	01 oficina anual	02 encontros semanais.
	Oficina de Férias escolares	Atividades integradas, diversas, objetivando-se o aproveitamento de tempo das crianças e adolescentes no período de férias.	01 oficina anual	De segunda a sexta (nas férias escolares).
	Curso de evangelização.	Atividades de evangelização.	01 curso anual.	01 encontro semanal.

Objetivo Específico/Meta	Etapa/Fase (O que vai ser feito?)	Especificação (Como vai ser feito?)	Quantidade	Duração ou período
Atender a um grupo de mães/ pais	Oficina de costura, bordados, bolsas, aventais e almofadas.	Atividades manuais de costura, bordado, pintura e etc.	01 oficina anual.	02 encontros mensais
	Oficina de bordados temáticos (folclore da Ilha, natal e etc).	Atividades manuais de bordados e discussão temática.	01 oficina anual.	02 encontros mensais
	Mini-curso de reaproveitamento alimentar.	Atividades educativas relacionadas com reaproveitamento alimentar.	01 curso semestral.	Encontros quinzenais (20 horas).
	Mini-curso: prevenção de doenças (saúde pública).	Atividades de orientação para a prevenção de doenças (higiene do corpo, dentes etc.)	02 mini-cursos semestrais.	Encontros quinzenais. (20 horas).
	Curso de evangelização	Atividades de evangelização.	02 encontros mensais.	Encontros quinzenais.
Orientar grupos familiares no contexto da educação, espiritualidade, saúde, psicologia e sociedade.	Caravana de assistência à comunidade e orientação familiar.	(1) Visitas domiciliares com fins de orientação no contexto da educação e saúde. (2) Análise de problemas específicos (médicos e dentista) e encaminhamentos pertinentes. (3) Campanhas educativas de orientação social e espiritual.	01 caravana mensal.	01 encontro mensal.
	Serviços de orientação psicológica.	Atividades de orientação geral.	01 atendimento semanal.	Oferta sistemática.
	Serviços de orientação nutricional.	Atividades relativas à orientação nutricional.	01 atendimento semanal.	Oferta sistemática.
Preparar um grupo de formadores colaboradores	Curso de formação de formadores para colaboradores (voluntários).	Atividades de planejamento, orientação a partir das concepções adotadas pela Casa dos Girassóis.	01 curso semestral.	01 encontro semanal (40 horas)

Quadro 03: Ações para os três primeiros anos – janeiro de 2007 a dezembro de 2009.

Fonte: dados primários.

Após a elaboração, a análise e o desenvolvimento, têm-se a etapa final condizente ao controle e avaliação das ações.

4.3.6 Controle e avaliação das ações

Esta é a última etapa das ações, e acontecerá em todos os encontros com a comunidade, e sua realização é responsabilidade do coordenador direto da ação desenvolvida, que repassará os resultados obtidos à coordenação geral das ações, para que esta possa acompanhar o andamento das atividades realizadas.

Não existem parâmetros iniciais para a realização do controle, sendo que de início o objetivo é garantir que as ações aconteçam de acordo com o planejado. É uma forma de evitar que alguma ação não chegue ao fim, ou aconteça fora do planejado, por falta de acompanhamento e/ou de soluções imediatas. Assim, a gerência responsável pelas ações procurará formas de solucionar eventuais problemas no andamento das atividades, contando sempre com o apoio do grupo gestor para resolvê-los.

Por exemplo, em casos de dificuldades relativas responsáveis pela ação, que não possam por algum motivo continuar o seu trabalho, cabe à gerência de ações designar novos colaboradores, evitando sempre que o trabalho com a comunidade deixe de acontecer por falta de recursos diversos.

A avaliação se dará ao término de cada encontro com o público e será realizada pelo coordenador da ação. Nos procedimentos avaliativos constarão informações tais como: presença dos participantes, as atividades realizadas, e a avaliação geral do

encontro (o que funcionou, não funcionou), incluindo sugestões de melhoria, que podem vir dos participantes.

Após a conclusão de determinada ação, seus coordenadores realizarão uma avaliação final, contendo as informações coletadas ao longo de sua aplicação, e contemplando os objetivos da ação proposta em relação aos resultados obtidos. Esta avaliação será repassada à gerência de ações, e junto a ela o responsável terá a avaliação final da ação. Fica a cargo do responsável a apreciação avaliativa final ao grupo gestor da Casa dos Girassóis.

A avaliação é de grande importância para que possam ser mantidas, adaptadas, e em último caso, eliminadas determinadas ações, fornecendo uma resposta para o Projeto como um todo.

4.4 Levantamento das Necessidades de Recursos para o Desenvolvimento das Ações Planejadas

Foram levantadas as necessidades para a realização das atividades da organização de acordo com as ações definidas no Quadro 04, as quais serão aplicadas no primeiro semestre de 2007 – de janeiro a junho de 2007-, e é o objeto de estudo para a formulação do plano de captação de recursos, neste trabalho.

O Quadro 04 apresenta as informações relativas a cada uma destas ações. Ali está descrita a frequência, relativa à quantidade de encontros que acontecerão, com a duração de cada um destes. Seguido da categoria sob a qual cada ação está inserida e o número máximo de participantes.

Esses programas foram idealizados visando atender os objetivos do Projeto Casa dos Girassóis. Para tanto a frequência de eventos deverá estar compatível com os recursos existentes na organização, bem como com as características e necessidades da comunidade atendida.

Estas ações selecionadas para serem as primeiras aplicadas, pois são consideradas, pelo grupo gestor do trabalho, como de urgência imediata, bem como aqueles as quais já existem responsáveis disponíveis para a sua execução.

Para o cálculo das necessidades de recursos para as ações, serão considerados que todos contêm com o número máximo de participantes, evitando que a falta de materiais e/ou pessoas.

Para tanto foram definidos como indispensáveis adquirir trabalhadores voluntários (recursos humanos), e materiais para desenvolver todas as atividades propostas, de alimentação, visto que em oficinas e mini-cursos serão oferecidos lanches, e listados custos relativos à utilização do espaço e dos recursos públicos.

Ação	Código	Frequência	Duração	Categoria	Nº. máximo de participantes	Nº. relativo de participantes (26 semanas)
Coral	001	02 vezes/ semana	2 horas cada	Oficina	30	1560
Reciclagem e Sucata	002	02 vezes/ mês	2 horas cada	Oficina	15	180
Educação complementar (março a junho – período escolar)	003	Todos os dias	Atendimentos de 30 min	Oficina	----	---
Esporte é vida	004	02 vezes/ semana	2 horas cada	Oficina	20	1040
Inclusão digital	005	02 vezes/ semana	2 horas cada	Mini-curso	10	520
Evangelização (crianças e adolescentes)	006	01 vez/ semana	2 horas cada	Mini-curso	15	390
Evangelização (pais e mães)	007	02 vezes/ mês	2 horas cada	Mini-curso	15	180
Artes e artesanatos	008	02 vezes/ mês	2 horas cada	Oficina	15	180
Oficina de bonecas	009	02 vezes/ semana (em 2 períodos)	2 horas cada	Oficina	10	1040
Saúde alimentar (Oficina experimental: produtos alimentares)	010	02 vezes/ semana (em 2 períodos)	2 horas cada	Mini-curso	15	1560

Ação	Código	Frequência	Duração	Categoria	Nº. máximo de participantes	Nº. relativo de participantes (26 semanas)
Saúde alimentar (Reaproveitamento alimentar) 20hs	011	02 vezes/ mês (10 encontros)	2 horas cada	Mini-curso	20	200
Orientação nutricional	012	01 vez/ semana (em 2 períodos)	Atendimentos de 30 min (com horário marcado).	Serviços	---	---
Orientação de saúde corporal - 20hs	013	02 vezes/ mês	2 horas cada	Mini-curso e serviços	20	200
Orientação familiar	014	01 vez/ mês	4 horas cada	Caravana	---	---
Atendimento psicológico	015	01 vez/ semana	Atendimentos de 30 min (com horário marcado).	Serviços	---	---
Formação de formadores – 40hs	016	01 vez/ semana (20 encontros)	2 horas cada	Mini-curso	20	400
TOTAL	---	---	---	---	---	7450

Quadro 04: Ações relativas ao primeiro semestre de 2007.

Fonte: análise de dados primários.

Após a explanação do quadro contendo as informações relativas às ações que serão desenvolvidas no primeiro semestre de 2007, faz-se importante levantar as necessidades de recursos humanos, materiais, de alimentação e os custos de utilização da Casa.

4.4.1 Recursos humanos

Os recursos humanos aqui considerados são os voluntários que participarão da execução das ações consideradas no Quadro 04, bem como os envolvidos nas demais gerências, e trabalhos de manutenção da Casa.

Para o total das 16 ações propostas, que são as atividades fins da organização, existem 11 responsáveis diretos, de acordo com a área de atuação. São profissionais formados da Gerência de Ações, que irão coordenar as atividades relativas aos seus conhecimentos. Assim definidos no Quadro 05:

Profissional	Responsável pela(s) ação/ações:
• 01 (um) engenheiro de automação e músico ¹	<ul style="list-style-type: none"> • Coral; • Inclusão digital.
• 01 (um) assistente social	<ul style="list-style-type: none"> • Orientação familiar.
• 01 (um) profissional em educação física	<ul style="list-style-type: none"> • Esporte é vida.
• 01 (um) profissional de educação artística	<ul style="list-style-type: none"> • Reciclagem e sucata; • Artes e artesanato; • Oficina de bonecas.
• 01 (um) nutricionista	<ul style="list-style-type: none"> • Saúde alimentar (Oficina experimental: produtos alimentares); • Saúde alimentar (Reaproveitamento alimentar); • Orientação nutricional.
• 01 (um) médico	<ul style="list-style-type: none"> • Orientação de saúde corporal.
• 02 (dois) psicólogos	<ul style="list-style-type: none"> • Orientação familiar; • Atendimento psicológico.
• 03 (três) pedagogos	<ul style="list-style-type: none"> • Educação complementar; • Evangelização (crianças e adolescentes); • Evangelização (pais e mães); • Orientação familiar; • Formação de formadores.

Quadro 05 – Responsáveis por cada ação.

Fonte: Análise de dados primários.

Foi considerado um número mínimo de recursos humanos para que cada ação aconteça e cada gerência possa executar por completo suas atividades. Salienta-se que os mesmos voluntários coordenam uma ação do seu início ao fim.

¹ Neste caso o colaborador voluntário que é formado em Engenharia de Automação realiza as atividades relacionadas à inclusão digital como condizente à sua área. Porém o mesmo indivíduo é músico, e desenvolve paralelamente as atividades junto ao Coral.

Na maioria das ações há a necessidade de um coordenador das atividades e um colaborador, que ofereça o apoio. Mas, outras ações solicitam mais de um colaborador, ou somente contam com o coordenador, no caso dos atendimentos individuais.

Ações aplicadas com crianças necessitam de número maior colaboradores participando. Assim, o Quadro 06 define os recursos humanos para cada ação.

Código da Ação	Coordenador	Colaborador	Código da Ação	Coordenador	Colaborador
001	01	01	009	02	02
002	01	02	010	01	03
003	01	---	011	01	01
004	01	02	012	01	---
005	01	02	013	01	01
006	01	01	014	02	03
007	01	01	015	01	---
008	01	02	016	01	01

Quadro 06 - Levantamento das necessidades: recursos humanos.

Fonte: análise de dados primários.

Assim, são necessários 18 (dezoito) coordenadores e 22 (vinte e dois) colaboradores para que as ações funcionem. Entretanto, existirão coordenadores responsáveis por mais de um tipo de ação (ver no Quadro 05).

Os cuidados com a Casa dos Girassóis fazem parte da responsabilidade de todos os seus usuários, atividades que exigem um responsável direto, como é o caso da limpeza e dos serviços manutenção (jardinagem e reparos físicos) inicialmente não terão funcionários contratados para realizá-las. Os próprios trabalhadores da Casa se revezarão para cumpri-las, visto que em princípio a organização não tem interesse em contratar pessoas.

Acerca das demais gerências, todas já possuem seu quadro de colaboradores formado, visto que foi necessário desde o início de sua elaboração, que tais profissionais já pudessem ser identificados, garantindo a sua estrutura base. As responsabilidades de cada gerência já foram descritas anteriormente no organograma da organização

4.4.2 Recursos materiais

Os recursos materiais necessários para as ações são diferenciados de acordo com cada atividade desenvolvida. Demais materiais de uso comum estarão à disposição de todas as atividades da organização. Estão inclusos nestes recursos, materiais de higiene e limpeza, que serão utilizados por todos os freqüentadores da Casa. O Quadro 07, abaixo mostra as necessidades de materiais a serem compartilhados para o 1º semestre de 2007, identificados pelo grupo gestor, e posteriormente calculados baseando-se nos seus valores atuais de mercado.

Materiais	Quantidade	Custo médio unitário	Custo total
Giz de cera (pequeno)	10 embalagens com 12 unidades	R\$1,46	R\$14,60
Giz de cera (grande)	10 embalagens com 12 unidades	R\$1,86	R\$18,60
Giz branco para quadro	04 caixas com 100 unidades	R\$1,30	R\$5,20
Canetinhas pequenas	10 embalagens com 12 unidades	R\$1,58	R\$15,80

Canetinhas grandes	10 embalagens com 12 unidades	R\$3,50	R\$35,00
Caneta azul (BIC)	100 unidades	R\$0,30	R\$30,00
Folha A4 branca	10 resmas de 500 unidades	R\$9,50	R\$95,00
Cola branca	02 kg	R\$3,55	R\$7,10
Fita adesiva	05 rolos de 100 metros	R\$3,00	R\$15,00
Fita crepe	05 rolos de 100 metros	R\$3,50	R\$17,50
Envelopes	100 unid. - tamanho A4	R\$0,80	R\$8,00
	100 unid - tamanho A5	R\$0,60	R\$6,00
Papel higiênico	10 fardos com 64 unidades cada	R\$23,40	R\$234,00
Toalhas de papel	65 fardos com 05 unidades cada	R\$5,70	R\$370,50
Detergente	70 unidades de 500ml	R\$0,55	R\$30,85
Desinfetante	140 litros	R\$0,60	R\$84,00
Esponja para louça	25 unidades	R\$0,75	R\$18,75
Saco de lixo (15 litros)	07 embalagens com 100 unidades cada	R\$10,20	R\$71,40
Saco de lixo (100 litros)	04 embalagens com 25 unidades cada	R\$11,80	R\$47,20
Gás de cozinha	06 botijões de 45 kg	R\$145,00	R\$870,00
TOTAL (MENSAL)	---	---	R\$1994,50

Quadro 07 - Levantamento das necessidades: recursos materiais de uso comum.

Fonte: Análise de dados primários e análise e secundários.

Apesar de existirem materiais de uso comum, cada ação terá seus próprios recursos materiais para desenvolver suas atividades, O Quadro 08 apresenta o levantamento das necessidades dos materiais designados para cada ação, especificamente. Salienta-se que os alimentos aqui descritos como materiais, serão

utilizados em ações como insumos para a elaboração de refeições, portanto não serão discriminados como recursos para a alimentação. O Quadro mostra os materiais necessários que o responsável de cada ação determinou para o período do primeiro semestre de 2007, e posteriormente calculados.

Código da Ação	Materiais	Quantidade	Custo médio unitário	Custo total
001	---	---	---	---
002	• Sucatas diversas	Participantes levarão	---	---
	• cola branca	2 kg	R\$3,55	R\$7,10
	• pistolas de cola quente	03 unidades	R\$8,00	R\$24,00
	• refis de cola quente	100 unidades	R\$0,20	R\$20,00
	• fita adesiva	03 rolos de 100 metros	R\$3,00	R\$9,00
003	---	---	---	---
004	• Colchonetes	20 unidades	R\$18,00	R\$360,00
	• Bolas vôlei	10 unidades	R\$41,90	R\$419,00
	• Bolas de futebol	10 unidades	R\$24,90	R\$249,00
	• Rede para vôlei	01 unidade	R\$72,90	R\$72,90
	• Cones	10 unidades	R\$13,90	R\$139,00
	• Bastões	20 unidades	R\$0,60	R\$12,00
	• Coletes	20 unidades	R\$5,50	R\$110,00
005	---	---	---	---
006	---	---	---	---
007	---	---	---	---
008	• argila	80 kg	R\$0,20	R\$16,00
	• tintas (amarelo, branco, vermelho, preto e azul).	1 kg de cada cor	R\$15,00	R\$75,00
	• pincéis	30 unidades.	R\$1,22	R\$36,60
009	• retalhos de tecidos (estampas diversas)	20 metros tecido algodão	R\$6,00	R\$120,00
	• enchimento de fibra sintética	10 metros com 03 cm de espessura	R\$4,00	R\$40,00
	• lã (10 cores)	50 novelos de 200g	R\$1,50	R\$75,00

010	• frutas	200kg	R\$0,85	R\$170,00
	• verduras	150kg	R\$0,85	R\$127,50
	• arroz	30kg	R\$2,00	R\$60,00
	• feijão	30kg	R\$2,55	R\$76,50
	• leite	200 litros	R\$1,20	R\$240,00
	• ovos	50 dúzias	R\$2,50	R\$125,00
	• farinha de trigo	30kg	R\$2,05	R\$61,50
	• farinha de mandioca	30kg	R\$2,90	R\$87,00
	• margarina	20 potes	R\$2,20	R\$44,00
	• açúcar	50kg	R\$10,35	R\$103,50
	• sal	10kg	R\$1,33	R\$13,33
011	• frutas	40kg	R\$0,85	R\$34,00
	• verduras	30kg	R\$0,85	R\$25,50
	• arroz	10kg	R\$2,00	R\$ 20,00
	• feijão	10kg	R\$2,55	R\$ 25,50
	• leite	50 litros	R\$1,20	R\$60,00
	• ovos	10 dúzias	R\$2,50	R\$25,00
	• farinha de trigo	10kg	R\$2,05	R\$20,05
	• farinha de mandioca	10kg	R\$2,90	R\$29,00
	• margarina	10 potes	R\$2,20	R\$22,00
	• açúcar	25kg	R\$10,35	R\$51,75
	• sal	5kg	R\$1,33	R\$6,65
012	---	---	---	---
013	---	---	---	---
014	---	---	---	---
015	---	---	---	---
016	---	---	---	---
TOTAL (PERÍODO)	---	---	---	R\$3117,38

Quadro 08 - Levantamento das necessidades: recursos materiais para as ações.

Fonte: análise de dados primários e secundários.

4.4.3 Recursos para alimentação

Ao final de cada ação será servido lanche para os seus participantes. De acordo com o Quadro 04, acontecerá uma média total de 7450 atendimentos. O nutricionista responsável pela elaboração do cardápio para a Casa dos Girassóis considerará uma margem de segurança para a alimentação de 5% (cinco por cento), estipulando-se assim uma média total de 7823 atendimentos.

As ações para o período estipulado - primeiro semestre de 2007 -, considerando somente os dias de semana (de segundas às sextas-feiras), têm-se um total de 130 dias, ou 26 semanas. A média é de 300 lanches por semana ou 60 lanches diários.

O nutricionista responsável pelas ações voltadas à alimentação preparou o cardápio semanal que será utilizado nos primeiros seis meses do Projeto. A ordem das refeições poderá ser trocada, proporcionando uma variedade maior de cardápio, porém sempre mantendo as combinações propostas. O Quadro 09 mostra o cardápio semanal.

Dia da semana	Cardápio
Segunda-feira	<ul style="list-style-type: none"> • Cuca de banana • Vitamina de fruta (mamão) ou iogurte
Terça-feira	<ul style="list-style-type: none"> • Salada de Frutas (maçã, banana, mamão, laranja e abacaxi)
Quarta-feira	<ul style="list-style-type: none"> • Pão com Geléia • Suco de Laranja
Quinta-feira	<ul style="list-style-type: none"> • Frutas da época (maçã e tangerina)
Sexta-feira	<ul style="list-style-type: none"> • Bolo • Suco de Limão

Quadro 09 - Cardápio para lanches do primeiro semestre de 2007.

Fonte: Nutricionista da "Casa dos Girassóis"

Para suprir as necessidades de tal cardápio, o nutricionista levantou as quantidades de produtos utilizados semanalmente. Pôde-se, através destes dados calcular os valores de tais alimentos, formulando o Quadro 10, com a estimativa da lista de compras semanal para a “Casa dos Girassóis”, para realização dos lanches.

Ingrediente	Quantidade	Custo médio unitário	Custo total semanal	Custo total do período
Maçã	04 kg	R\$ 0,85	R\$ 3,40	R\$88,40
Mamão	02 kg	R\$ 0,85	R\$ 1,70	R\$44,20
Banana	03 kg	R\$ 0,85	R\$ 2,55	R\$66,30
Abacaxi	1,5 kg	R\$ 0,85	R\$ 1,30	R\$33,80
Laranja	07 kg	R\$ 0,85	R\$ 5,95	R\$154,70
Limão	01 kg	R\$ 0,85	R\$ 0,85	R\$22,10
Tangerina	02 kg	R\$ 0,85	R\$ 1,70	R\$44,20
Leite	13 litros	R\$ 1,20	R\$ 15,60	R\$405,60
Pão de trigo pequeno	80 unidades	R\$ 0,15	R\$ 12,00	R\$312,00
Geléia de fruta	04 potes	R\$ 3,70	R\$14,80	R\$384,80
Margarina	02 potes	R\$ 2,20	R\$ 4,40	R\$114,40
Açúcar	05 kg	R\$ 10,35	R\$ 10,35	R\$269,10
Amido de milho	01 caixa (1 kg)	R\$ 4,78	R\$ 4,78	R\$124,28
Farinha de trigo	01 kg	R\$ 2,05	R\$ 2,05	R\$53,30
Fermento em pó	01 lata	R\$ 1,70	R\$ 1,70	R\$44,20
Ovos	02 dúzias	R\$ 2,50	R\$ 5,00	R\$130,00
Sal	01 kg	R\$ 1,33	R\$ 1,33	R\$34,58
TOTAL (SEMANAL)	---	---	---	R\$89,46
TOTAL (PERÍODO)	---	---	---	R\$2325,96

Quadro 10 – Estimativa da lista de compras semanal e semestral para alimentação.

Fonte: Nutricionista da “Casa dos Girassóis” e análise de dados primários.

Além dos recursos materiais e para alimentação, os custos para utilização de recursos públicos também devem ser levados em consideração.

4.4.4 Custos

Os custos relativos aqui especificados incluirão custos mensais para abastecimento de água, luz, gás e gastos com telefone. Considerando que cada mês tenha em média vinte e dois dias úteis. Assim designados:

a) Água: abastecimento de água, com a utilização através de descargas e utilização das pias dos banheiros, lavanderia e cozinha. A água utilizada para jardim e limpeza será utilizada de reaproveitamento da água da chuva.

Considerando 60 indivíduos freqüentadores e 15 colaboradores voluntários, tem-se uma média de 75 usuários por dia. Sendo que cada um utilizará cerca de 35 litros de água diários, em 22 dias por mês, por seis meses, chega-se a um total de 346.500 litros, ou 346,5m³. Uma média de 57,75m³ mensais.

O valor atual (com valores do mês de agosto de 2006 da Casan – Companhia Catarinense de Águas e Saneamento) do metro cúbico de água é de R\$19,10 para os primeiros 10m³; R\$3,3618 para cada metro cúbico de 11m³ a 25m³; e R\$4,6736 para cada metro cúbico, de 26m³ em diante. Assim tem-se:

Os iniciais 10m³ por R\$19,10, somados a cada metro cúbico de 11m³ a 25m³, que será R\$50,43, mais cada metro cúbico de 26m³ a 57,75m³, que será R\$153,06.

Totalizando assim uma média de R\$222,59 de gastos mensais com abastecimento de água e esgotos.

b) Energia elétrica: abastecimento de energia elétrica para a utilização de dos equipamentos eletro-eletrônicos que possibilitem o funcionamento das atividades da Casa dos Girassóis. O Quadro 11 indica o consumo de energia elétrica de cada equipamento.

Aparelho	Quantidade	Potência	Dias de uso	Tempo de uso	Total
Ventilador	05	80 W	22	4 horas	35,2 W
Ar-condicionado	01	1400 W	10	2 horas	28 W
Computador	08	200 W	10	2 horas	32 W
Impressora	01	25 W	22	5 minutos	0,046 W
Geladeira	01	190 W	30	24 horas	136,8 W
Freezer	01	170 W	30	24 horas	122,4 W
Microondas	01	1500 W	22	1,5 horas	49,5 W
Lâmpada fluorescente interna	40	20 W	22	8 horas	140,8 W
Lâmpada fluorescente externa	05	40 W	30	15 horas	90 W
Batedeira	02	180 W	22	30 minutos	3,96 W
Liquidificador	02	300 W	22	30 minutos	6,6 W
Máquina de costura	02	100 W	22	1,5 horas	6,6 W

Quadro 11 - Consumo de energia elétrica mensal dos equipamentos

Fonte: análise de dados primários e secundários. Os valores da energia elétrica foram calculados através do site <http://www.cemig.com.br/simulador/simulador.asp>

Somando o gasto de todos os aparelhos em um mês, chega-se ao valor médio de consumo de 651,906 kWh/mês.

O valor do kWh, cobrado pela Celesc (Centrais Elétricas de Santa Catarina) para valores até 150 kWh mensais é de R\$0,39602. Acima de 150 kWh mensais é de R\$0,46972. Considerando com base os valores do mês de julho de 2006, tem-se:

Os iniciais 150 kWh por R\$0,39602, chegando-se a R\$59,403, somados aos 501,906 por R\$0,46972, chega-se a R\$235,755. O total seria de R\$295,16 mensais para os 651,906 kWh consumidos.

c) Telefone: linha livre com limites mensais fixados em 600 pulsos. Os valores relativos à habilitação são de R\$38,90 e a assinatura mensal será de R\$90,39. Totalizando para o período R\$581,24. Valores identificados com base nas informações da operadora de telefonia fixa Brasil Telecom.

Para gerar uma melhor visualização das necessidades levantadas para que a Casa dos Girassóis possa funcionar, tem-se a seguir um resumo dos dados obtidos.

4.4.5 Resumo do levantamento das necessidades

As necessidades pesquisadas foram de recursos humanos para o trabalho, de alimentação, de recursos materiais para as ações e de uso comum, recursos para alimentação e o levantamento dos custos com energia elétrica, água, luz, e telefone. O Quadro 12 apresenta um resumo das necessidades identificadas com a pesquisa.

Recursos	Custo médio mensal	Custo médio semestral
Humanos	---	---
Materiais de uso comum	R\$332,42	R\$1994,50
Materiais para as ações	R\$535,40	R\$3.212,38
Alimentação	R\$387,66	R\$2.325,96
Água	R\$222,59	R\$1.335,54
Energia Elétrica	R\$295,16	R\$1.770,96
Telefone	R\$96,87	R\$581,24
TOTAL	R\$1.870,10	R\$11.220,58

Quadro 12 – Resumo das necessidades identificadas.

Fonte: Análise de dados primários e secundários.

4.5 Fontes de Captação

Para seu funcionamento, a Casa dos Girassóis não dispõe de recursos próprios, e, de início, não desenvolve nenhuma ação que gere de receita própria. Para que possa executar seus trabalhos propostos, junto à comunidade, faz-se necessário a captação de recursos junto ao meio em que se encontra.

A organização determinou como área de busca inicial de colaboradores e parceiros, o centro da cidade, mais especificamente a região nas proximidades da Avenida Mauro Ramos. A proposta, com este delineamento, é oferecer preferencialmente à oportunidade de participação aos “vizinhos” do Projeto.

Para uma subdivisão dos tipos de fontes de financiamentos que serão selecionadas pela organização, utilizou-se o modelo de Cruz & Estraviz (2003),

utilizando as subdivisões das fontes como vindas de: indivíduos; empresas; ações de geração de renda e recursos públicos governamentais e eventos.

4.5.1 Indivíduos

Para a Casa dos Girassóis a captação de recursos relacionada aos indivíduos pode se dividir em dois pontos: a captação de recursos financeiros ou materiais doados por indivíduos; e a captação de recursos humanos, com a participação direta de indivíduos no Projeto.

O plano para a captação de recursos financeiros e materiais de indivíduos não é prioridade do Projeto, visto que as doações advindas de pessoas físicas deverão surgir de forma espontânea, de acordo com a identificação pessoal e a vontade dos indivíduos de realizarem uma doação, oportunidades estas que acontecerão com o decorrer das atividades.

Portanto, o objetivo principal desta captação com indivíduos é baseado fundamentalmente na obtenção de recursos humanos, pois de início é necessário captar pessoas que se identifiquem com o Projeto, com suas ações, e que gostariam de participar do mesmo de forma ativa, como voluntários. O envolvimento pode se dar de diversas formas, de acordo com o que o voluntário puder oferecer de contribuição para a organização.

O plano de captação de indivíduos está descrito posteriormente (item 4.7.1 Recursos humanos).

4.5.2 Empresas

Como citado anteriormente, serão identificadas inicialmente empresas que desenvolvam suas atividades nas proximidades do Projeto, visando priorizar financiadores próximos ao Projeto.

A proposta parte da visão de que o meio em que a comunidade está inserida é o mesmo em que estas organizações realizam as suas atividades, e que estas devem contribuir para que a realidade dos que estão à sua volta possa ser melhorada, com a participação dos que estão mais próximos.

Em princípio, as empresas determinadas pelo grupo gestor são: lojas, escritórios, supermercados, farmácias, padarias e papelarias localizadas nas proximidades.

Após a identificação das necessidades, a gerência de captação de recursos entrará em contato com os possíveis financiadores, que condigam com a ação a ser desenvolvida.

Assim, a relação das organizações para as quais se solicitarão recursos será determinada de acordo com a ação realizada. A proposta é que as empresas que comercializam produtos contribuam com materiais, como por exemplo: a papelaria "A" contribua com a ação "Reciclagem e sucata" com cartolinas e isopores; já a papelaria "B" fornecerá cola e fitas adesivas.

Já escritórios e empresas que trabalham com serviços poderiam participar contribuindo financeiramente, cobrindo custos relativos à manutenção da Casa e para a compra de materiais para a realização de ações, para os quais a organização não disponha dos recursos materiais necessários, que advenham de doações de produtos. Por exemplo: necessitar de máquinas de costura para a "Oficina de bonecas", e o

Projeto não possuir empresas doadoras que trabalhem com a comercialização de tais máquinas, empresas de serviço podem contribuir com a compra do produto.

A proposta da Casa dos Girassóis é disponibilizar às empresas doadoras adesivos ou cartazes para que possam comunicar aos seus clientes e parceiros que a organização colabora com o Projeto. Possibilitando uma forma de a empresa mostrar a sua responsabilidade para com a comunidade, além de divulgar o Projeto Casa dos Girassóis e talvez despertar o interesse de demais indivíduos ou empresas.

4.5.3 Geração de renda

A ação aqui descrita “Oficina de bonecas” tem como objetivo futuro servir de geração de renda para a organização. Participantes da comunidade, bem como voluntários trabalharão com técnicas profissionais de criação e desenvolvimento das peças. A fabricação será artesanal e terá como valor agregado a proposta do Projeto Casa dos Girassóis.

O objetivo futuro é que a oficina se profissionalize e permita que a venda das bonecas sejam um produto através do qual a organização possa gerar a renda suficiente para que seus custos fixos de seu funcionamento sejam supridos.

Pretende-se formar parcerias com lojas que comercializem produtos infantis e/ou presentes, nas proximidades da comunidade, para que as bonecas possam ser disponibilizadas para a venda direta ao consumidor, e que este tome conhecimento do produto que adquire e do Projeto para o qual está colaborando.

4.5.4 Órgãos Públicos/ Governo

A proposta inicial não tem o objetivo de receber recursos advindos do Governo ou de órgãos públicos. Porém futuramente, algumas ações ou mesmo eventos que a Casa dos Girassóis gostaria de realizar, pretende solicitar a contribuição de tais entidades para que possa se concretizar.

A realização de bazares, ou a participação em feiras de artesanato, cultura e educação são exemplos de atividades que o Projeto prevê como possibilidades de divulgação e forma de arrecadar recursos de outras fontes.

4.5.5 Eventos

O Projeto pretende participar de eventos para a divulgação de seus trabalhos, a captação de recursos e reconhecer novos voluntários.

Os eventos não constam no programa de ações, e surgem de acordo com as oportunidades identificadas.

Eventos realizados pela Casa dos Girassóis, contarão com a participação de seus voluntários, sendo planejados e executados totalmente pela organização. Pretende-se realizar:

- **bazares:** com venda de roupas, calçados, acessórios, móveis e objetos para uso doméstico, por valores simbólicos, com intuito de promover a organização e angariar recursos. Os itens a serem vendidos surgirão por campanhas de doações divulgadas através dos colaboradores em suas relações sociais.

- **cafés coloniais:** através de contatos com confeitarias, supermercados, padarias e similares conseguir doações dos produtos como bolos, tortas, pães e frios, para a realização de cafés coloniais, com objetivo de promover o trabalho, e a confraternização junto aos colaboradores e financiadores, além de levantar recursos para o Projeto.

A Casa dos Girassóis pretende ainda participar de:

- **feiras:** culturais, de artesanato e de educação, com vistas a divulgar o Projeto como um todo, expor as suas ações, identificar novas propostas de ações, novos colaboradores e financiadores.

Após a identificação das necessidades da organização, e das fontes de recursos para as quais ela pretende recorrer para adquiri-los, passa-se ao plano de captação de recursos a ser aplicado.

4.6 Plano de Captação de Recursos

O plano de captação de recursos vem propor uma forma de captar os recursos levantados como necessários para o primeiro semestre de 2007, adequando-os às fontes de captação que a Casa dos Girassóis pretende manter relações.

4.6.1 Recursos humanos

Propõe-se um plano de captação dos recursos humanos composto pelas seguintes etapas:

- Divulgação do Projeto;
- Identificação de voluntários;
- Entrevistas individuais;
- Análise do candidato;
- Apresentação da proposta;
- Preparo do voluntário;
- Pré-avaliação do indivíduo;
- Participação do indivíduo;
- Avaliação do indivíduo.

Para melhor detalhamento, as etapas da captação dos recursos humanos são descritas a seguir.

O Projeto será divulgado em centros universitários, faculdades, escolas, centros integradores entre organizações e escolas, e centros de voluntários com intuito de ir ao encontro de estudantes e professores que venham a se interessar pelo Projeto como forma de crescimento pessoal e profissional.

A divulgação será através de cartazes, ou mesmo, se houver oportunidade, em apresentação do Projeto em salas de aula. O modelo para a divulgação através de cartazes está no Apêndice A.

Os voluntários serão identificados quando se apresentarem à organização com o interesse em conhecer melhor o Projeto, ou mesmo de participar de determinada ação proposta.

Os voluntários identificados pela organização com interesse no Projeto serão encaminhados com uma entrevista pré-agendada com algum dos componentes do grupo gestor bem como pela psicóloga.

O intuito da entrevista com um participante do grupo gestor é para que este possa esclarecer melhor ao interessado como a Casa dos Girassóis funciona, seus objetivos, seus princípios, suas ações, enfim, informar ao indivíduo todas as características do trabalho, e esclarecendo quaisquer dúvidas. Além disto, é a oportunidade de conhecê-lo melhor, identificando suas aptidões em relação a este tipo de trabalho, em que áreas possui conhecimentos, em que tipo de ação gostaria de trabalhar, com quais públicos, sua disponibilidade, etc.

Já a entrevista com o psicólogo visa realizar exercícios de avaliação psicológica do candidato a voluntário.

Assim, após as entrevistas individuais, os responsáveis pelas entrevistas irão discutir acerca das informações coletadas junto a ele. Primeiramente com a análise psicológica e posteriormente com as informações sobre o indivíduo, e com quais ações ele poderia vir a colaborar. Esta análise de aptidões do indivíduo facilitará a próxima etapa, visto que já se pode encaminhar o voluntário a uma ação relacionada à área em que ele possui conhecimentos ou interesse.

Assim, se o candidato a voluntário estiver de acordo com a avaliação psicológica e possuir perfil adequado às características do trabalho, além de disponibilidade, este

será convidado a uma segunda etapa de entrevista, onde será apresentada uma proposta de trabalho.

A apresentação da proposta será realizada pelo colaborador do grupo gestor que realizou a entrevista com o voluntário. Nesta etapa será oferecida uma proposta ao indivíduo de desenvolver um trabalho como voluntário em determinada ação do Projeto. Serão passados ao voluntário quais os motivos da indicação a esta ação específica e em seguida questionado se existe interesse do mesmo em participar desta atividade proposta, e se possui disponibilidade. Em caso afirmativo, passa-se a sexta etapa da captação de recursos humanos: o preparo do voluntário.

Esta etapa passa a ser coletiva, onde todos os voluntários indicados para uma mesma ação passarão por um tipo de curso, executado pelo responsável da ação em específico. Este curso será ministrado semanalmente, e seus encontros têm o objetivo de passar ao colaborador conhecimento acerca das atividades que serão desenvolvidas com a comunidade. Funcionará como uma ação realizada previamente com os voluntários, onde eles aprenderão com os responsáveis como o trabalho deverá ser realizado. A duração deste treinamento ficará a cargo do responsável pela ação.

Nesta etapa o voluntário terá a oportunidade, durante os encontros, de mostrar seus conhecimentos e habilidades ao responsável pela ação, além de poder contribuir com idéias e experiências próprias.

De acordo com o aproveitamento do indivíduo, passa-se a etapa de pré-avaliação do mesmo. O responsável estabelecerá com cada indivíduo uma pré-avaliação conjunta com ele. Onde o voluntário poderá colocar sua opinião acerca de seu aproveitamento no curso, e sua resposta final ao aceite de participar do trabalho. Assim, ele pode se colocar como possuindo interesse em coordenar os trabalhos junto

ao responsável ou se colocar como não se identificando ou não possuindo interesse em colaborar com a ação proposta. Caso a resposta seja negativa, o voluntário poderá, caso queira, ser encaminhado para outras ações da Casa dos Girassóis. Se a resposta for positiva, passa-se para aproxima etapa.

A penúltima etapa é a participação do indivíduo, ou seja, da ação em si. Nesta etapa o voluntário irá desenvolver as atividades junto à comunidade, sempre como colaborador do responsável pela ação. Participando do planejamento dos encontros, e de suas avaliações diárias, e também de todas as reuniões relativas ao trabalho que desenvolve. O papel do responsável é de estar acompanhando as atividades do voluntário, esclarecendo dúvidas e oferecendo suporte, além de observar o trabalho que ele está realizando, e passando o retorno de suas avaliações como colaborador.

A última etapa é a avaliação final, onde ao término do semestre, o responsável, junto ao indivíduo analisará o resultado final da ação, e ainda com a análise do trabalho desenvolvido pelo colaborador junto à comunidade. O indivíduo também poderá se auto-avaliar, explicitando seu crescimento ao longo do semestre em que trabalhou no Projeto. Essa avaliação além de fornecer um retorno do trabalho oferecido do voluntário para a organização, proporciona ao indivíduo uma resposta as atividade que ele desenvolveu seus pontos positivos e negativos, onde e como pode melhorar.

Assim, tem-se o Quadro 13, que apresenta o cronograma das etapas para a captação de recursos humanos para o Projeto Casa dos Girassóis, para o período de 02 de janeiro a 29 de junho de 2007.

Etapas	Data inicial	Data final
Divulgação do Projeto	04/09/2006	27/10/2006
Identificação de voluntários	04/09/2006	27/10/2006
Entrevistas individuais	11/09/2006	03/11/2006
Análise do candidato	11/09/2006	03/11/2006
Apresentação da proposta	18/10/2006	03/11/2006
Preparo do indivíduo	06/11/2006	15/12/2006
Pré-avaliação do indivíduo	18/12/2006	22/12/2006
Participação do indivíduo	02/01/2007	29/06/2007
Avaliação	05/01/2007	29/06/2007

Quadro 13: Cronograma preliminar para captação de recursos humanos para o primeiro semestre de 2007.

Fonte: A autora.

Talvez o ponto mais importante deste tipo de captação esteja em atrair diferentes indivíduos a trabalhar, conhecer e se identificar com o Projeto, contribuindo assim, com sua disseminação em diferentes núcleos e grupos de relacionamento dos participantes, que de certa forma fará com que o trabalho seja conhecido e propicie que o Projeto chegue a outras fontes de captação e identifique formas de financiamento.

4.6.2 Recursos materiais e financeiros

Como já citado a Casa dos Girassóis não tem como a prioridade a captação de recursos financeiros, mas sim priorizar as doações em espécie, ou seja, doação direta do material que será utilizado nas ações. Todavia existem custos para os quais faz-se essencial que sejam absorvidos financeiramente por algum parceiro.

O plano de captação dos recursos materiais e financeiros proposto é composto por algumas etapas, que seguirão as respostas dos doadores em relação à participação como financiadores do Projeto. A Figura 02 mostra o fluxograma de captação destes recursos para a Casa dos Girassóis.

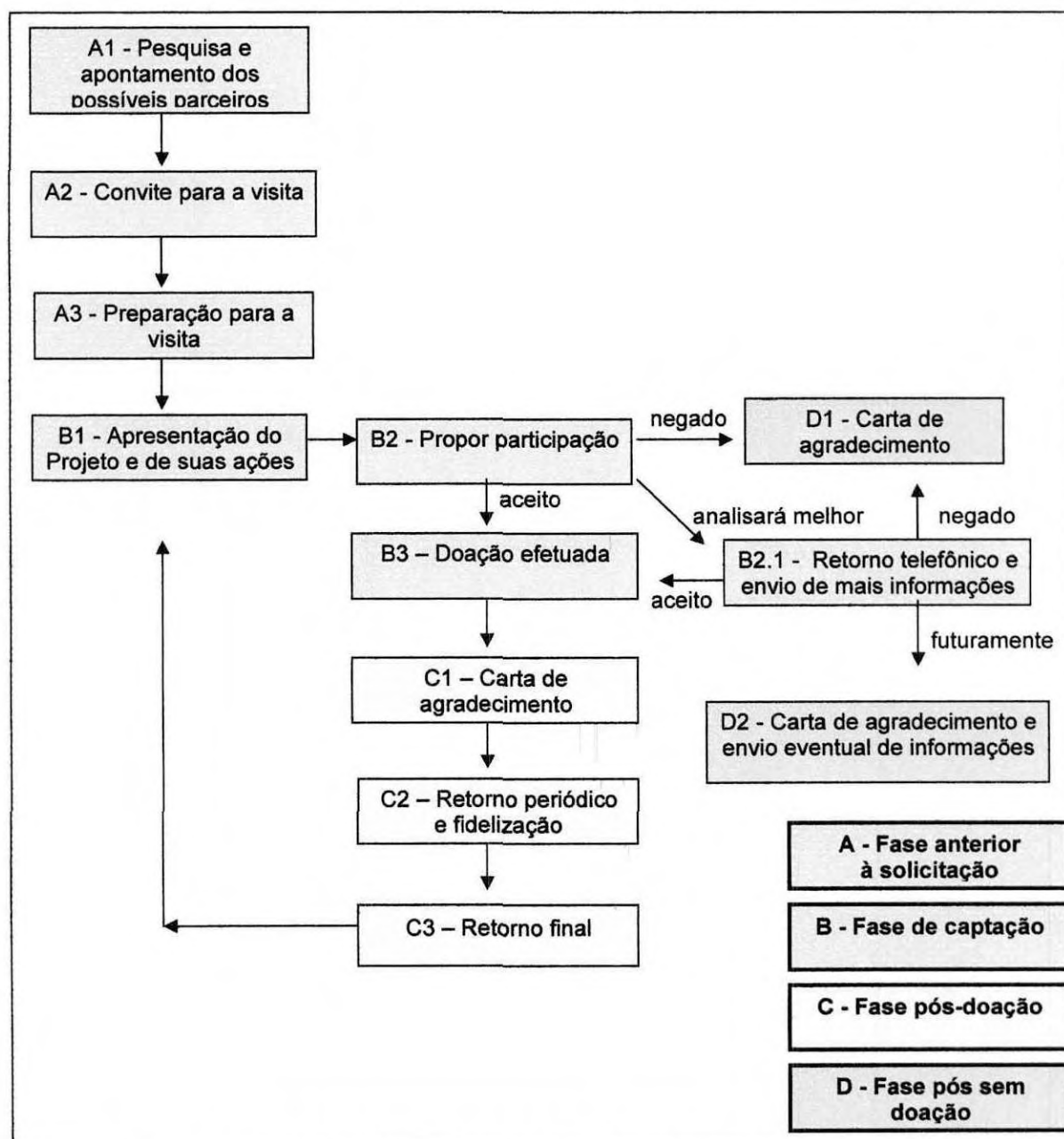


Figura 03: Processo de captação de recursos materiais e financeiros

Fonte: Elaborado pela autora com base no modelo proposto por Cruz & Estraviz, 2003, p.53.

Como se pode perceber as etapas são divididas em quatro momentos distintos: a fase (A) é a anterior à solicitação da doação, desenvolvida pela gerência de captação de recursos; a fase (B) é a fase da captação em si, quando a proposta é concretizada junto à empresa, realizada pela gerência de captação de recursos juntamente com o grupo gestor do trabalho e a diretoria do Projeto; a fase (C) é a fase de pós doação, caso ela tenha sido efetuada, nesta fase o Projeto continuará mantendo relacionamento com seu financiador; e a etapa (D) é a fase pós sem doação, onde o possível financiador não aderiu ao Projeto como doador. As fases (C) e (D) são de responsabilidade do captador de recursos.

Na fase (A), o primeiro passo do processo de captação dos recursos materiais e financeiros (A1) tratará da pesquisa e apontamento dos possíveis parceiros, fase em que a gerência de captação de recursos traçará um levantamento de todos os estabelecimentos próximos à organização. Lojas, escritórios, papelarias, supermercados, padarias e farmácias que realizem suas atividades na região próximas à Avenida Mauro Ramos, tratando-se da área inicial em que serão buscados estes parceiros. Assim, a elaboração de uma lista de empresas que serão convidadas a participar será produzida, já efetuando uma pesquisa de quais materiais poderão ser solicitados para o possível parceiro.

A seguir, na etapa (A2) de convite para a visita, será efetuado um primeiro contato com a empresa, convidando-a para conhecer o Projeto em seu espaço físico ou mesmo na empresa. Assim, agenda-se a primeira reunião com a empresa. Caso a empresa indique que o local em que a reunião acontecerá pode ficar à escolha do captador de recursos, deve-se sempre optar em realizá-la na Casa dos Girassóis, o que

possibilita que a empresa possa conhecer melhor o Projeto, propiciando maior sensibilização da mesma.

A terceira etapa (A3) trata da preparação da visita em si. Deve-se estar preparado para mostrar que conhece a empresa para a qual está pedindo recursos, e que estes devem estar de acordo com o que as empresas possam oferecer. Deve-se apresentar o material institucional desenvolvido (Apêndice B), assim como fotos dos trabalhos com a comunidade.

Caso aconteça no espaço físico do Projeto, é importante que o ambiente esteja preparado, evitando situações indesejadas, como que uma obra esteja sendo realizada no momento em que o possível doador venha visitar, impedindo talvez que ele possa conhecer a Casa, criando uma imagem de desorganização. Assim, é importante que todos saibam que a visita será acontecerá. Caso venha a acontecer na empresa é essencial que além dos materiais já citados, sejam levadas fotos do Projeto, de seu espaço físico.

Deve-se ainda escolher as pessoas que participarão da reunião com a empresa. Um integrante da gerência de captação de recursos e um participante do grupo gestor deverão estar presentes. Visto que o primeiro obtém maior conhecimento das necessidades de recursos e o segundo uma visão mais ampla do Projeto.

Passando para a fase (B), já em contato com a empresa o primeiro passo (B1) é a apresentação do Projeto e de suas ações.

Caso a reunião se desenvolva na Casa dos Girassóis é importante mostrar suas salas, onde funcionarão as ações, e em especial à ação para a qual se pretende pedir recursos. A visita da empresa no espaço físico do Projeto deve ser aproveitada para que a empresa sinta vontade de participar. Entretanto, se a reunião acontecer na

empresa, deve-se através de fotos e informações adicionais mostrar ao empresário a estrutura da Casa.

Após a apresentação da parte física, o material institucional deve ser explicado, evitando que ele se mostre sem importância, e a seguir o Projeto completo será explicado, seus objetivos, a forma de trabalho. Parte-se então para as ações, para que a empresa possa visualizar a todas. Neste momento é que todas as dúvidas deverão ser esclarecidas, evitando más interpretações.

A segunda etapa (B2) desta fase é propor a participação da empresa em determinada ação, explicando os motivos pelos quais levaram a esta solicitação. Por exemplo, solicitar ao "Supermercado A" que ele forneça as frutas para a alimentação e para a oficina de reaproveitamento alimentar, explicando que será mais adequado solicitar a ele alimentos, que seria a uma loja de calçados. A doação poderá ser realizada para uma ação específica, ou para cobrir algum custo da organização, como energia elétrica ou telefone.

Ainda nesta etapa acontecerá a explicação de como serão realizadas as doações, os períodos, as quantidades, especificando a utilização os recursos solicitados. Caso aceite participar, passa-se para a terceira etapa da fase de captação (B3.1).

Caso decida analisar melhor a proposta, a etapa seguinte (B3.2) será o retorno telefônico dentro do período estipulado para a empresa como sendo o qual já terá uma resposta final. E caso ela aceite, o envio de mais informações que procurem esclarecer melhor a empresa sobre o Projeto.

Caso o pedido seja negado na etapa B2, encerra-se a reunião agradecendo a atenção despendida, e mostrando que o Projeto estará sempre aberto caso a empresa

decida de alguma forma colaborar (D1). E caso seja negado na etapa B3.2, agradecer também o tempo de atenção que foi recebido (D2). Em ambos os casos serão enviadas correspondências agradecendo formalmente, em nome da Casa dos Girassóis, constando assinatura dos indivíduos que participaram da reunião, bem como da diretoria do Projeto, caracterizando a fase pós sem doação (D).

Como dito acima, caso receba resposta afirmativa após ambas as etapas (B2 e B2.1), passa-se à última etapa da fase de captação, em que a doação é efetuada (B3). Nesta etapa a empresa financiadora realiza a doação à Casa dos Girassóis, os recursos podem ser materiais ou financeiros, de acordo com o que foi especificado.

Assim, passa-se à primeira etapa (C1) da fase de pós-doação (C), o Projeto enviará uma carta de agradecimento pela contribuição, reforçando o desejo de que esta parceria possa gerar bons resultados para a comunidade.

A segunda etapa desta fase consiste no retorno periódico da Casa dos Girassóis para com a empresa doadora e favorecendo assim a uma fidelização do financiador para com o Projeto (C2). Enviando os resultados mensais da atividade para a empresa que realiza as doações. Neste retorno podem constar as avaliações dos coordenadores das ações, abordando quais aspectos estão sendo trabalhados, como a comunidade está se favorecendo com tais atividades, além de fotos do trabalho sendo desenvolvido com os grupos.

O financiador receberá um ou mais adesivos e/ou cartazes que informarão a seus funcionários, clientes e parceiros, que a empresa colabora com o Projeto Casa dos Girassóis, os modelos destes constam no Apêndice C. Eventualmente o Projeto presenteará seus colaboradores produtos criados pelas oficinas, como por exemplo, no dia das mães enviar uma boneca feita pela oficina de bonecas. É uma oportunidade

que mostra da lembrança da data por parte do Projeto, além de possibilitar ao financiador o conhecimento do resultado de uma das oficinas.

Além disto, nos eventos em que o Projeto Casa dos Girassóis participar ou oferecer, o financiador será convidado a estar presente, para fazer parte mais ativamente do trabalho. Esta é uma forma de manter a empresa informada dos progressos do que o Projeto está proporcionando na comunidade, com intuito de que ela possa se sentir mais participativa das atividades executadas.

A última etapa da fase (C) é o retorno final (C3), que acontecerá com o término do semestre e finalização das ações voltadas para este período, quando os responsáveis, as gerências, bem como o grupo gestor realização as avaliações finais das atividades desenvolvidas. Será elaborado pela gerência de captação de recursos um material com os resultados finais do primeiro semestre de 2007 como um todo e das ações realizadas.

A preferência é que este retorno final aconteça através de uma reunião com a empresa doadora, para que então o Projeto possa propor a continuidade da parceria para suas próximas atividades.

Todos os dados relativos aos financiadores do Projeto Casa dos Girassóis serão armazenados em um banco de dados, os quais serão gerados ao longo do processo descrito na Figura 03. Estes dados serão armazenados inicialmente em arquivos físicos, em fichas como mostra o modelo exposto no Apêndice D.

Após a explanação da pesquisa junto à organização, do levantamento de suas necessidades, e da proposta de um plano de captação de recursos para a mesma, tem-se o último capítulo deste trabalho, relativo às considerações finais do estudo realizado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o que foi determinado no capítulo um deste trabalho, questionava-se como garantir, através de um plano de captação de recursos, o desenvolvimento e a manutenção da organização sem fins lucrativos denominada Projeto Casa dos Girassóis.

Para tanto os objetivos desta pesquisa serão resgatados neste capítulo para que se possam expor as conclusões, recomendações relativas a este estudo e ao fim sugestões para estudos que venham a acontecer.

5.1 Conclusões e Recomendações

Foi realizada uma fundamentação teórica, contextualizando o terceiro setor, suas características, o voluntariado e concentrando-se ao final nas formas de captação de recursos para o setor, de forma a atender a um dos objetivos específicos indicados.

A revisão teórica esclareceu a autora em especial na relação das formas de captação para o terceiro setor, bem como na visualização de informações e processos que devem ser levados em consideração para que a organização possa desenvolver um plano de captação adequado à sua realidade e aos seus objetivos, impedindo que esta tome rumos que não sejam adequados aos seus preceitos, e que possam levar ao descrédito e perda de identidade.

A explanação acerca do voluntariado permite que o leitor possa previamente tomar conhecimento desta prática, que é a base fundamental dos recursos humanos existentes na organização em estudo.

Para o levantamento das necessidades de recursos da organização estudada, que garanta o desenvolvimento de suas atividade, foram analisados tipos variados de recursos, contemplando-se assim recursos humanos, materiais de uso comum e para as ações, recursos para alimentação, e recursos financeiros que pudessem cobrir os custos de abastecimento de energia elétrica, de gás de cozinha, de água e além de gastos relativos a telefone fixo.

Com o estudo pode-se concluir que a organização não possuía diversos dados disponíveis para a pesquisa, estando a sua maioria em poder dos seus colaboradores na forma de idéias e processos apenas disponíveis na mente, o que tornou a pesquisa mais trabalhosa e com grande dispêndio de tempo. Entretanto esta situação possibilitou à acadêmica um maior contato com o problema da pesquisa e conseqüente formação de envolvimento, interesse e responsabilidade pela pesquisa.

As necessidades destes recursos foram obtidas através dos responsáveis pelas ações bem como pelo grupo gestor da Casa, totalizando em reais a necessidade para o primeiro semestre de 2007 um total de R\$11.220,58. Dentre os quais R\$7.532,84 poderão ser obtidos em formas de doações em espécie e os outros R\$3.687,74 que consideram os custos de abastecimento deverão ser obtidos em moeda corrente.

Para que estes recursos possam ser obtidos recorre-se a um outro objetivo específico da pesquisa, que tange a identificação das possíveis fontes de captação de recursos para o Projeto Casa dos Girassóis.

Quanto a este objetivo concluiu-se que a organização não tem interesse em ter como financiadores indivíduos, e sim que estes possam participar como voluntários nas atividades da Casa, e que outras fontes de captação possam vir a partir desses colaboradores. O Projeto tem como alvo principal de financiamento as empresas que atuam nas redondezas da Avenida Mauro Ramos, próxima à comunidade-alvo do trabalho.

Outra forma de obter os recursos seria futuramente gerar receitas próprias através de uma oficina de bonecas que funcionará no espaço físico do próprio Projeto, realizado por seus colaboradores e participantes, visando à venda em determinadas lojas parceiras que comercializem produtos deste tipo, para que este produto seja disponibilizado ao consumidor, divulgando a Casa dos Girassóis, e para que quem o adquira tome conhecimento do Projeto para o qual está colaborando.

Outra fonte de arrecadação de recursos que o Projeto pretende executar é a realização de eventos, dentre os quais estão incluídos bazares, cafés coloniais e feiras, este último com intuito voltado principalmente à divulgação do Projeto para a comunidade e possíveis financiadores.

Após o levantamento das necessidades e a identificação das fontes de captação que a organização pretende manter parcerias, passa-se a o último objetivo específico que sugere um plano de captação de recursos para que a Casa dos Girassóis possa desenvolver os trabalhos na comunidade.

Assim o plano de captação de recursos aborda as necessidades identificadas em contrapartida das fontes financiadoras, estabelecendo um parâmetro a ser seguido primeiramente para a captação dos recursos humanos, com as etapas de sua captação, seguida dos recursos materiais e financeiros identificados, elaborados

através de embasamento teóricos preliminar, também formulados por etapas a serem seguidas, sempre atentando a retornos de informações e resultados por parte da organização para suas empresas financiadoras, mantendo um vínculo de comprometimento entre as partes envolvidas.

Pode-se considerar que o plano de captação de recursos é uma forma que permite à organização estudada se desenvolver e se manter para atingir seus objetivos propostos junto à comunidade em que atua.

5.2 Sugestões de Estudos para o Futuro

Dentro do que pôde ser observado na organização durante esta pesquisa, recomendam-se alguns pontos a serem abordados em estudos que venham a acontecer no futuro:

- a) desenvolver uma pesquisa onde se possa acompanhar todo o processo de captação de recursos, desde sua elaboração até os resultados finais, possibilitando a resposta final à sua aplicação;
- b) desenvolver planos de captação de recursos para novas ações que serão executadas nos próximos semestres,
- c) propor diferentes ações para serem desenvolvidas na Casa dos Girassóis;
- d) realizar um estudo relacionado aos efeitos que o trabalho da Casa dos Girassóis causa na comunidade em que são desenvolvidas suas atividades.

REFERÊNCIAS

ADULIS, Adalberto. **O papel da comunicação na captação de recursos**. Janeiro de 2002. Disponível em http://www.rits.org.br/acervo_teste/ac_home_intro.cfm. Acesso em 25 de março de 2006.

AMARAL, Cláudia. **Como estruturar melhor a atividade de captação de recursos?** 1999. Disponível em http://www.rits.org.br/acervo_teste/ac_home_intro.cfm. Acesso em 25 de março de 2006.

CERVO, Amado L; BERVIAN, Pedro A. **Metodologia Científica**. 5 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CRUZ, Célia Meirelles. ESTRAVIZ, Marcelo. **Captação de diferentes recursos para organizações sem fins lucrativos**. 2 ed. São Paulo: Global, 2003.

CRUZ, Maria Célia T. **Captação de recursos: um meio para se atingir sua missão**. 2001. Disponível em http://www.rits.org.br/acervo_teste/ac_home_intro.cfm. Acesso em 25 de março de 2006.

DEARO, Fernanda. **Captação de Recursos e Marketing Social.. Quais são os Segredos da Captação de Recursos?**. Disponível em: http://www.dearo.com.br/website/conteudo.asp?id_website_categoria_conteudo=2599&cod=1395. Acesso em: 10 jan. 2006.

DOHME, Vania. **Voluntariado: equipes produtivas: como liderar e fazer parte delas**. São Paulo: Ed. Mackenzie, 2001.

DRUCKER, Peter F. **Administração de Organizações Sem Fins Lucrativos: princípios e práticas**. São Paulo: Pioneira, 2002.

FALCONER, André Pablo. **A promessa do terceiro setor**. Centro de Estudos em Administração do Terceiro Setor. São Paulo - Universidade de São Paulo, 2005. Disponível em <http://www.icd.org.uy/mercosur/informes/2000/falconer5.html>. Acesso em: 10 de dezembro de 2005.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1996.

GOLDSCHMIDT, Andréa. **Pequenos eventos para captação de recursos**. Julho de 2003. Disponível em: <http://integracao.fgvsp.br/ano6/07/financiadores.htm>. Acesso em 10 de janeiro de 2006.

GUIMARÃES, Suzana. **Vamos estar captando?** 2002. Disponível em http://www.rits.org.br/acervo_teste/ac_home_intro.cfm. Acesso em 25 de março de 2006.

KANITZ, Stephen; LORENZI, Leila. **Artigos do setor**. Disponível em: <http://www.filantropia.org>. Acesso em: 15 jan. 2006

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1991.

MATTAR, Fauze N. **Pesquisa de Marketing: metodologia e planejamento**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MORAES, Francisca. **Recursos e sustentabilidade**. 2002. Disponível em http://www.rits.org.br/acervo_teste/ac_home_intro.cfm. Acesso em 25 de março de 2006.

O voluntariado. Disponível em: <http://www.rits.org.br/>. Acesso em: 10 dez. 2005.

PEREZ, C. & JUNQUEIRA, L.A P. **Voluntariado e a gestão das políticas públicas**, São Paulo: Futura, 2002.

PRATA, Livia. **Captação de recursos: Um estudo em organizações do terceiro setor**. Disponível em http://www.rits.org.br/acervo_teste/ac_home_intro.cfm. Acesso em 25 de março de 2006.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio do curso de administração: guia para pesquisas, projetos, estágios e trabalho de conclusão de curso.** 2ed. São Paulo: Atlas, 1999.

Simulador de consumo de energia elétrica - CEMIG. Disponível em: <http://www.cemig.com.br/simulador/simulador.asp>. Acesso em 05 de julho de 2006.

VALARELLI, Leandro. **Uma noção ampliada de captação de recursos.** 1999. Disponível em http://www.rits.org.br/acervo_teste/ac_home_intro.cfm. Acesso em 25 de março de 2006.

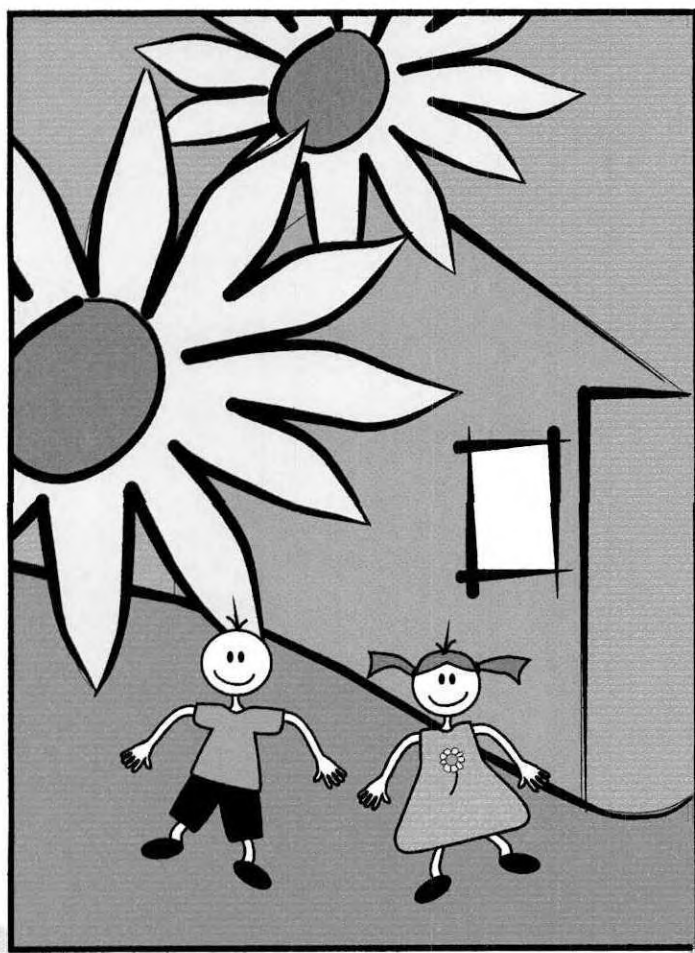
VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

VERGARA, Sylvia Constant. **Tipos de pesquisa em administração.** Rio de Janeiro:EBAP, 1990.

APÊNDICE A

Modelo de cartazes para a divulgação do Projeto para a captação de indivíduos

**Venha conhecer a
Casa dos Girassóis!**



casa dos girassóis

Se você tem
interesse em
participar
como voluntário
em atividades que
envolvam
educação, saúde,
esportes ou artes
para crianças,
adolescentes e
adultos entre em
contato e venha
participar com a
gente!

Contatos

IVETE - 1234-5678

IZABEL - 1234-5678

JANET - 1234-5678

e-mail: casadosgirassois@gmail.com

APÊNDICE B**Modelo de material institucional**

Participe!

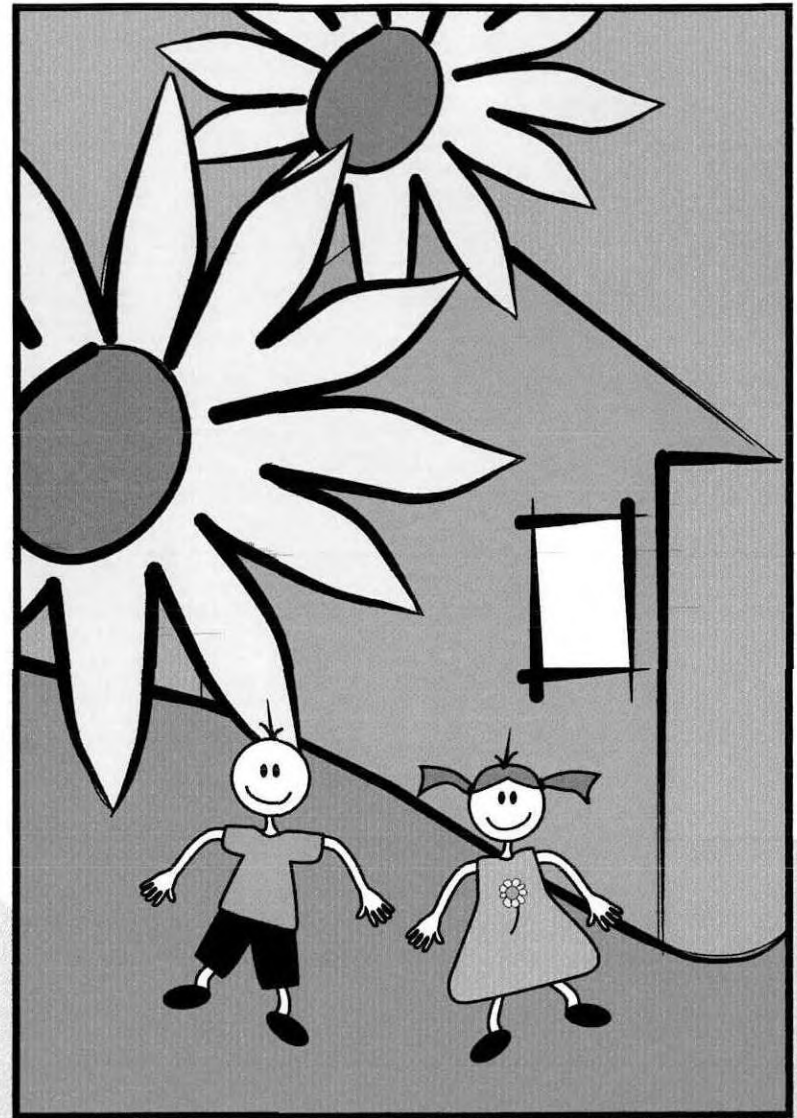
Contatos

IVETE - 1234-5678

IZABEL - 1234-5678

JANET - 1234-5678

e-mail: casadosgirassois@gmail.com



casa dos girassois

A História da Casa dos Girassóis

O Projeto "Casa dos Girassóis" foi um ideal formado a partir de um trabalho chamado "Grupo Girassol", que iniciou suas atividades em março de 1995, com intuito de que jovens voluntários desenvolvem um trabalho de evangelização em uma comunidade carente na cidade de Florianópolis, proporcionando crescimento pessoal e social de todos os envolvidos.

A comunidade escolhida foi a do bairro Mont Serrat, localizado próximo à Rua Mauro Ramos, no centro desta cidade. O motivo foi a não existência de trabalhos com este propósito na comunidade, bem como o desejo de moradores para que o mesmo acontecesse.

As atividades do Grupo Girassol aconteciam em um centro espírita localizado à Rua José Boateux, próximo à comunidade, um domingo por mês, pela manhã, onde participavam cerca de 150 crianças, de zero a 17 anos, e 20 mães e pais divididos em subgrupos, por idade.

No período de março de 1995 a março de 2000 o trabalho cresceu, as atividades na comunidade passaram a acontecer todos os domingos pela manhã, e o espaço físico, sempre limitador, pôde ser ampliado com o empréstimo de salas na Creche do Duduco, localizada na comunidade.

Em 2006 o Grupo Girassol já contava com cerca de 50 (cinquenta) trabalhadores voluntários, sendo que 80% destes são jovens (entre 14 e 25 anos). No mesmo dia, após as atividades na comunidade, os trabalhadores realizam reuniões de avaliação dos subgrupos, onde são comunicados os resultados e, discutidas e analisadas novas propostas de trabalhos. Além disto, a coordenação do Grupo Girassol realiza reuniões mensais para avaliação geral para a melhoria contínua do trabalho e reuniões de estudo, envolvendo todos os voluntários participantes, onde são discutidos os temas abordados com a comunidade.

A cada contato com a realidade das famílias da comunidade, era notável a necessidade de um trabalho que possibilitasse um maior cuidado com certas questões, como a educação, saúde e mesmo as relações sociais. A realização de atividades no período em que as crianças não estivessem na escola, ou mesmo no período das férias escolares, com o objetivo de estarem aproveitando seu tempo vago para realizar atividades de crescimento, evitando assim que ficassem expostas a perigos que estão sujeitas brincando nas ruas, sem o acompanhamento de responsáveis.

Para tanto, a criação de um projeto que oportunizasse à comunidade sanar deficiências por ela encontradas, não somente aos domingos, mas em todos os dias, era um objetivo dos participantes do Grupo Girassol. Em pesquisa realizada junto à comunidade, pode-se perceber que esta necessidade por um trabalho mais intenso também existia.

Surgiu assim o Projeto Casa dos Girassóis que vem oferecer à comunidade a oportunidade de tratar ao menos parcialmente tais dificuldades nela identificadas.

Assim, expõem-se as ações que a Casa dos Girassóis pretende realizar junto à comunidade.



Para atender aos objetivos propostos é essencial o estabelecimento de quais projetos serão realizados primeiramente.

Para facilitar a formação das turmas, os projetos são divididos por grupos de interesse, assim definidos:

- a) crianças e adolescentes;
- b) mães e pais;
- c) grupos familiares e;
- d) colaboradores.



Ações para o primeiro semestre de 2007

- Coral
- Oficina de música
- Oficina pedagógica: Reciclagem e uso educativo da sucata
- Oficina pedagógica: Educação complementar.
- Oficina de artesanato.
- Oficina de esportes.
- Curso de informática.
- Oficina experimental de produtos alimentares.
- Oficina de bonecas
- Curso de recuperação de móveis.
- Oficina de Férias escolares
- Oficina de costura, bordados, bolsas, aventais e almofadas.
- Curso de evangelização.



- Oficina de bordados temáticos (folclore da Ilha, natal e etc).
- Minicurso de reaproveitamento alimentar.
- Minicurso de prevenção de doenças (saúde pública).
- Curso de evangelização
- Caravana de assistência à comunidade e orientação familiar.
- Serviços de orientação psicológica.
- Serviços de orientação nutricional.
- Curso de formação de formadores para colaboradores (voluntários).
- Oficina de Férias escolares
- Curso de evangelização.

APÊNDICE C

**Modelo de adesivos e/ou cartazes para a divulgação da participação da
organização como financiadora do Projeto**



casa dos girassóis

APÊNDICE D**Projeto de banco de dados para financiadores**

Nome da empresa:
Nome fantasia:
Ramo de atividade da empresa:
Endereço:
CGC/CNPJ:
Site:
Contatos (nomes, cargos, secretárias, telefone, fax, e-mail e endereço)
<i>Status:</i> (Classificações como: "potencial doador da ação de código 003"; ou potencial doador de recursos para alimentação).
<i>Ciclo da doação:</i> (Em que fase do relacionamento se encontra).
Nível da parceria: (De acordo com classificação feita pela organização).
Doações em 2007.1; 2007.2 (Controle das doações em cada semestre).

Fonte: Elaborado pela autora com base no modelo proposto por Cruz & Estraviz, 2003

ANEXO A**Exemplo Banco de Dados de Pessoas**

Nome:
Apelido:
Doação atual: (se é esporádica, incluir o último valor e data; se é rotineira, mensal, anual incluir o valor doado).
Endereço residencial:
Empresa em que trabalha:
Cargo:
Nome da secretária:
Endereço comercial:
Telefone e fax: (residencial e comercial)
E-mail:
Aniversário: dia/mês/ano
Local de nascimento:
Nível educacional:
Nome da esposa/ marido e aniversário:
Nome dos filhos e aniversário:
Data do primeiro contato com sua instituição:
Motivo deste primeiro contato:
Conexões com a instituição: (É, ou foi doador; é ou foi voluntário, e etc.).
Conexões/ indicação:
Participações: (Saber de sua filiação política, se é sócio de determinado clube, etc.).
Contribui para outras instituições?
Salário: (Fazer uma previsão plausível).
Contatos: (Pessoas da instituição que conhecem o sujeito).
Resumo dos contatos: (Contendo todo o histórico de relação com a pessoa, com data e tipo de contato).

Fonte: **Captação de diferentes recursos para organizações sem fins lucrativos**. CRUZ, Célia Meirelles. ESTRAVIZ, Marcelo, 2003.

ANEXO B**Exemplo Banco de Dados de Empresas**

Nome da empresa:
Nome fantasia:
Nome dos diversos profissionais, com seus cargos, secretárias, telefone, fax, e-mail e endereço:
Endereço da matriz e das filiais:
CGC:
Cargo:
WEB page:
Faturamento anual:
Ramo de atividade:
<i>Status:</i> (Classificações que possam facilitar uma pesquisa. Por exemplo: parceiro, potencial doador do projeto "ABC", potencial doador anual, possui fundação, etc.).
Ciclo da doação: (Em que fase do relacionamento se encontra).
Nível da parceria: (De acordo com classificação feita pela organização).
Doações em 2000, 1999, 1998... (Controle quanto foi doado a cada ano).

Fonte: **Captação de diferentes recursos para organizações sem fins lucrativos.** CRUZ, Célia Meirelles. ESTRAVIZ, Marcelo, 2003.

ANEXO C**Comparativo entre as Fontes de Financiamento**

FONTES FINANCIADORAS - VANTAGENS

	Empresas	Indivíduos	Fundações	Governo	Geração de Renda	Inst. Religiosa	Eventos Especiais
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Parcerias que agregam credibilidade e visibilidade 2. Menor burocracia 3. Maior retorno financeiro 4. Pode gerar divulgação 5. Doações em espécie, dinheiro e trabalho voluntário especializado 6. Decisões sobre doações feitas ao longo de todo o ano 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recurso vem solto e pode ser utilizado para financiar seu custo operacional 2. Constituem uma rede de doadores 3. Agente Multiplicador 4. Atingidos pelo coração 5. Menos exigência mais envolvimento 6. Mais rápida a resposta 7. Doações de longo prazo 8. Podem doar trabalho em áreas além de dinheiro 9. Apóiam causas ousadas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dão credibilidade 2. Somas substanciais doadas geralmente de uma só vez ou no máximo por 3 anos 3. Apresentam modelos para propostas e auxiliam no desenho de indicadores e obtenção de resultados 4. Possuem a missão clara, o que facilita identificação com projeto a ser apresentado 5. Prestação de contas é necessária 6. Mais democrático 7. Falam a mesma língua 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecimento do trabalho através de assessoria técnica 2. Legitimação 3. Garantia de verba (convênio) 4. Grandes somas e por longos períodos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Autonomia financeira 2. Continuidade 3. Geração de emprego 4. Ag. Financiadoras e fundações gostam de contribuir com projetos que deem uma certa sustentabilidade para a organização 5. Podem ser criativos/ inovadores 6. Podem fortalecer os vínculos com doadores 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificação com a instituição religiosa 2. Credibilidade do projeto 3. Divulgação na comunidade 4. Auxílio no custo operacional 5. Projetos de longa duração 6. Também faz contribuições em espécie 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recurso vem solto e pode ser utilizado para financiar seu custo operacional 2. Marketing e divulgação da organização: visibilidade e credibilidade 3. Aproximação com a comunidade 4. Pode-se constituir um banco de dados de potenciais doadores: concentração de doadores em potencial em uma noite 5. Podem ser criativos e divertidos tomando-se marcanetes e aguardados todos os anos 6. Podem fortalecer o vínculo com doadores

FONTES FINANCIADORAS - DESAFIOS

Empresas	Indivíduos	Fundações	Governo	Geração de Renda	Inst. Religiosa	Eventos Especiais
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ser claro e direto no pedido 2. Expectativa de profissionalismo por parte de grandes empresas 3. Interesses nem sempre afins 4. Visibilidade e retorno de imagem podem ser requisitados 5. Fazem doações principalmente para organizações convencionais 6. Compatibilidade de interesse na sua área de <i>Marketing</i> 7. Instabilidade econômica 8. Dificil acesso a quem decide 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Garantir continuidade 2. Muito trabalho para pouco recurso 3. Valorizar o doador 4. Cultivar doadores pode ser uma tarefa que requer grande investimento de tempo e dinheiro até dar resultados 5. <i>Transformar o doador em contribuinte de longo prazo e grandes somas</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ter profissionais capacitados para elaborar projetos 2. Compatibilizar interesse de fundações e entidades 3. Duração do financiamento 4. Ter de ser um projeto tão diferenciado e criativo que seja depois multiplicador 5. Gostam de projetos de geração de renda 6. Frequentemente são difíceis de acessar 7. Poucas áreas de prioridade 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vencer a burocracia 2. Sobreviver dentro da política do governo 3. Diminuição da verba 4. Descontinuidade dos programas 5. Falta de compromisso 6. Remanejamento de verbas destinadas ao terceiro setor 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fazer um estudo de mercado para saber se o projeto é viável 2. Gerir o negócio 3. Capital inicial e de giro 4. Legislação para venda e documentação 5. Lidar com mito e preconceito 6. Amortização do investimento 7. Pode não ser lucrativo em função dos altos custos administrativos 8. Pode ser arriscado se não for bem planejado 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar projetos afins 2. Interferência do financiador 3. Garantir a não discriminação religiosa 4. Lidar com mitos 5. Frequentemente difíceis de acessar, já que o programa deve se adequar à agenda mais ampla da igreja 6. Processo de solicitação demorado e algumas vezes definido por critérios políticos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Obter recursos materiais e humanos 2. Longo tempo de organização e muitas pessoas envolvidas deixando de fazer o trabalho interno 3. Gasto X retorno 4. Custos indiretos (tempo da equipe profissional e de voluntários, despesas imprevistas) podem ser significativos 5. Podem desperdiçar muito dinheiro se não forem bem planejados 6. Pouco retorno

FONTES FINANCIADORAS - MOTIVAÇÃO

Empresas	Indivíduo	Fundações	Governo	Geração de Renda	Inst. Religiosa	Eventos Especiais
1. Qualidade do trabalho 2. Retorno de imagem junto à comunidade 3. Marketing 4. Atividade pode beneficiar direta ou indiretamente a empresa 5. Funcionário se sente mais motivado a trabalhar numa empresa socialmente responsável	1. Desejo de pertencer ao grupo 2. Amigos 3. Participar dos resultados 4. Valorização 5. Identidade com a causa 6. Desejo de ser parte da visão da organização	1. Realização de sua missão 2. Garantia de um bom trabalho 3. Mais resultados oferecidos através de seu financiamento	1. Prestação de serviço feito à comunidade com custo menor 2. Desenvolvimento da comunidade	1. Liberdade de recursos 2. Não depender de contratos 3. Doação específica a uma atividade que irá se auto-sustentar	1. Identificação com a causa 2. Altruismo 3. Seu programa ajuda-os a realizar sua agenda religiosa 4. Possibilidade de mostrar coerência entre reflexão e ação	1. Envolvimento com a causa e o evento 2. Multiplicação de novos contatos e traz mais voluntários (futuros doadores)

FONTES FINANCIADORAS – RECURSOS NECESSÁRIOS

Empresas	Indivíduos	Fundações	Governo	Geração de Renda	Inst. Religiosa	Eventos Especiais
1. Indicações 2. Sensibilização com a causa 3. Material de divulgação 4. Projetos bem preparados 5. Conexões com a gerência local da empresa podem ser úteis 6. Conhecer a empresa	1. Cartas, folhetos, telefonemas 2. Pessoal preparado para contatos 3. Visitas a doadores 4. Eventos 5. Tempo para construir e nutrir relações	1. Pessoas capacitadas 2. Bom projeto 3. Interessante mas não obrigatório ter conexões com equipe profissional ou diretoria da fundação. Podem ser úteis 4. Material de apoio 5. Referências à idoneidade	1. Pessoas adequadas 2. Administração organizada 3. Diretoria constituída de fato 4. Documentação legalizada	1. Investimento inicial 2. Recursos humanos adequados e bastante especializados 3. Planejamento estratégico	1. Projeto adequado 2. Conexão e contatos com lideranças da instituição religiosa 3. Envolvimento com a comunidade	1. Pessoas capacitadas 2. Capital inicial é necessário 3. Local 4. Doações 5. Planejamento 6. Patrocínio 7. Voluntários

FONTES FINANCIADORAS – TIPOS DE APOIO							
Empresas	Indivíduos	Fundações	Governo	Geração de Renda	Inst. Religiosa	Eventos Especiais	
1 Recursos financeiros, humanos e em espécie	1. Verba	1. Dinheiro	1. Técnico e financeiro	1. Recursos de agências financiadoras e fundações	1. Pode fornecer apoio a projetos específicos ou apoio institucional	1. Divulgação da instituição	
2 Trabalho voluntário	2. Horas gratuitas de profissionais	2.Treinamento	2. Elaboração de projetos	2. Programa com forte apelo	2. Apoio da comunidade religiosa	2. Traz dinheiro livre para qualquer uso	
3. Auxílio organizacional	3. Bens	3.Acompanha o projeto			3. Contribuições em espécie	3. Mão-de-obra voluntária	
4. Podem apoiar eventos especiais, vendendo convites	4. Divulgação do projeto	4. Desenho de indicadores			4. Respaldo		
	5. Presença em eventos	5. Dinheiro inicial			5. Recursos a longo prazo		
		6. Financia mento para projeto específico					
		7. Apoio institucional (pequenas quantias)					
		8. Em geral não apoiam eventos especiais					

Fonte: Cruz e Estraviz, 2003. Baseado no modelo de Carol Daugherty e Linda Kendrix apresentado em "The Concept Development Resource Group (CDR)". Com contribuição dos estudantes do curso da FOS 1998.

ANEXO D**Pesquisa aplicada com mães da comunidade Mont Serrat**

Questão 1: Quais suas sugestões para envolver mais pessoas de sua comunidade no trabalho do Grupo Girassol?

Questão 2: Se estivesse em suas mãos promover um trabalho com as crianças da sua comunidade você faria...

Questão 3: Quais suas sugestões para envolver toda a família?

Questão 4: Se pudesse mudar três coisas na sua comunidade, o que você mudaria?

Questão 5: Você gostaria de contribuir como voluntário(a) em um trabalho para sua comunidade? Por quê?